

**Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Национальный исследовательский университет «МЭИ»**

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Наименование образовательной программы: Реклама и управление в гостиничном бизнесе и туризме

Уровень образования: высшее образование - бакалавриат

Форма обучения: Заочная

**Оценочные материалы
по дисциплине
Пресс-служба**

**Москва
2023**

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ РАЗРАБОТАЛ:

Преподаватель

(должность)

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Телегина И.Л.
	Идентификатор	Rde166e8d-TeleginaIL-6e52162c

(подпись)

И.Л.

Телегина

(расшифровка
подписи)

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель
образовательной
программы

(должность, ученая степень, ученое
звание)

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Жохова П.Е.
	Идентификатор	R5c95669a-ZhokhovaPY-06a87af4

(подпись)

П.Е. Жохова

(расшифровка
подписи)

Заведующий
выпускающей кафедры

(должность, ученая степень, ученое
звание)

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Гаврилова Ю.В.
	Идентификатор	R87aa858f-GavrilovaYV-cb2050d5

(подпись)

Ю.В.

Гаврилова

(расшифровка
подписи)

ОБЩАЯ ЧАСТЬ

Оценочные материалы по дисциплине предназначены для оценки: достижения обучающимися запланированных результатов обучения по дисциплине, этапа формирования запланированных компетенций и уровня освоения дисциплины.

Оценочные материалы по дисциплине включают оценочные средства для проведения мероприятий текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

Формируемые у обучающегося компетенции:

1. ПК-1 Способен разрабатывать и выбирать оптимальную маркетинговую стратегию продвижения туристического продукта и организовывать управление рекламными коммуникациями в процессе ее реализации

ИД-1 Разрабатывает оптимальную маркетинговую стратегию продвижения туристического продукта

и включает:

для текущего контроля успеваемости:

Форма реализации: Защита задания

1. Инструментальный и деятельностный аспекты работы пресс-службы (Контрольная работа)

Форма реализации: Письменная работа

1. Реферат (Реферат)

2. Формы работы пресс-службы со СМИ. Жанры текстов в работе пресс-службы. Мероприятия для СМИ (Творческая задача)

Форма реализации: Проверка задания

1. Структура современной пресс-службы. Функции пресс-секретаря. Формы и методы работы современной пресс-службы со СМИ (Семинар)

БРС дисциплины

5 семестр

Раздел дисциплины	Веса контрольных мероприятий, %				
	Индекс КМ:	КМ-1	КМ-2	КМ-3	КМ-4
	Срок КМ:	4	8	12	15
Основные характеристики современной пресс-службы					
Структура и принципы организации современной пресс-службы. Функции пресс-секретаря. Функциональные принципы работы пресс-служб органов власти	+	+	+	+	+
Формы и методы работы современной пресс-службы со СМИ, общественностью и политическими организациями.			+	+	+
Инструментальный и деятельностный аспекты работы пресс-службы.					
Общая характеристика современных российских государственных пресс-служб.	+	+	+	+	+

Информационная работа государственных учреждений и коммерческих организаций со средствами массовой информации и общественностью, организация публичных акций, налаживание двусторонней активной связи «организация-население».	+	+	+	+
Пресс-служба администрации Президента России.		+	+	+
Основные направления работы Департамент информации и печати (ДИП) МИД РФ (ДИП МИД РФ). Современная практика работы пресс-службы российского загранпредставительства.		+		+
Практика организации и проведения аккредитации иностранных журналистов в РФ (правовые основы деятельности, основные направления работы).		+	+	+
Роль Союза журналистов России. Роль и место Российского информационного центра в системе общественных связей.		+	+	+
Вес КМ:	15	25	25	35

\$Общая часть/Для промежуточной аттестации\$

СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ

I. Оценочные средства для оценки запланированных результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Индекс компетенции	Индикатор	Запланированные результаты обучения по дисциплине	Контрольная точка
ПК-1	ИД-1ПК-1 Разрабатывает оптимальную маркетинговую стратегию продвижения туристического продукта	Знать: технологии массово-коммуникационной деятельности особенности влияния и взаимовлияния коммуникаторов и аудитории основные принципы и подходы в изучении аудиторий и рейтингов популярности СМИ, уметь использовать данные исследовательских кампаний в практической работе и оценивать качество информации, служащей базой для определения рейтингов структуру и социокультурные особенности социального и информационного пространства, в пределах которого функционируют	Структура современной пресс-службы. Функции пресс-секретаря. Формы и методы работы современной пресс-службы со СМИ (Семинар) Инструментальный и деятельностный аспекты работы пресс-службы (Контрольная работа) Формы работы пресс-службы со СМИ. Жанры текстов в работе пресс-службы. Мероприятия для СМИ (Творческая задача) Реферат (Реферат)

		СМИ и PR, а также закономерности развития коммуникативных процессов в современном российском обществе принципы выбора средств массовой информации и других каналов распространения рекламы Уметь: в зависимости от поставленной задачи осуществлять выбор вида СМИ оценивать эффективность готовых медиапланов рекламы на ТВ и радио отбирать и систематизировать элементы коммуникативного процесса с помощью специального инструментария использовать социологические и психологические способы изучения механизмов восприятия сообщений массовой коммуникации выстраивать отношения с аудиторией с учетом современных знаний	
--	--	--	--

		применять полученные знания для более эффективного развития диалоговых отношений в СМИ	
--	--	--	--

II. Содержание оценочных средств. Шкала и критерии оценивания

КМ-1. Структура современной пресс-службы. Функции пресс-секретаря. Формы и методы работы современной пресс-службы со СМИ

Формы реализации: Проверка задания

Тип контрольного мероприятия: Семинар

Вес контрольного мероприятия в БРС: 15

Процедура проведения контрольного мероприятия: Студенты получают задание, рекомендуемую литературу для его выполнения и готовят к семинарскому занятию ответ

Краткое содержание задания:

Изучите теоретический материал об основах медиарилейшнз и задачах пресс-службы в них. Изучите отражённую в СМИ информацию о выбранной вами организации.

Сделайте выводы о той информационной политике, которую ведёт организация.

Контрольные вопросы/задания:

Знать: основные принципы и подходы в изучении аудиторий и рейтингов популярности СМИ, уметь использовать данные исследовательских кампаний в практической работе и оценивать качество информации, служащей базой для определения рейтингов	1. структура и принципы организации пресс-служб
Уметь: оценивать эффективность готовых медиапланов рекламы на ТВ и радио	1. Как нужно подготавливать текстовые материалы для публикации в СМИ?

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5

Нижний порог выполнения задания в процентах: 80

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "отлично" выставляется если задание выполнено в полном объеме или выполнено преимущественно верно

Оценка: 4

Нижний порог выполнения задания в процентах: 75

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "хорошо" выставляется если большинство вопросов раскрыто. выбрано верное направление для решения задач

Оценка: 3

Нижний порог выполнения задания в процентах: 50

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "удовлетворительно" выставляется если задание преимущественно выполнено

КМ-2. Инструментальный и деятельностный аспекты работы пресс-службы

Формы реализации: Защита задания

Тип контрольного мероприятия: Контрольная работа

Вес контрольного мероприятия в БРС: 25

Процедура проведения контрольного мероприятия: Студенты получают задание, рекомендуемую литературу для его выполнения и выполняют его письменно на занятии

Краткое содержание задания:

Изучите не менее 15-ти упоминаний определённой организации, включая контекст, в СМИ. Охарактеризуйте СМИ и сами публикации, где встречаются упоминания организации. Опишите медиаобраз выбранного вами объекта, опираясь на полученные сведения.

- 1) Какие масс-медиа содержат упоминания объекта - в каком соотношении; в каком контексте; в какой тональности?
- 2) Оцените качество материалов об объекте, субъективно и по собственным критериям (интересно написано, профессионально разбираются, полезно и т.п.).
- 3) Дайте субъективные характеристики медиаобраза (яркий, полный, непротиворечивый и т.п.).

Контрольные вопросы/задания:

Знать: принципы выбора средств массовой информации и других каналов распространения рекламы	1.Что вы можете сказать об особенностях работы пресс-службы как источника официальной информации для СМИ?
Знать: технологии массово-коммуникационной деятельности	1.Каковы роль и функции пресс-служб в органах государственной власти, местного самоуправления и в общественных организациях?
Уметь: выстраивать отношения с аудиторией с учетом современных знаний	1.Способность подготавливать аналитические записки и обзоры СМИ
Уметь: использовать социологические и психологические способы изучения механизмов восприятия сообщений массовой коммуникации	1.Умение анализировать тексты с точки зрения решаемых организацией задач
Уметь: применять полученные знания для более эффективного развития диалоговых отношений в СМИ	1.Как установить и поддерживать связи со средствами массовой информации?

Описание шкалы оценивания:

Оценка: зачтено

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "зачтено" выставляется если задание выполнено правильно или с незначительными недочетами

Оценка: не зачтено

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "не зачтено" выставляется если задание не выполнено в отведенный срок или результат не соответствует заданию

КМ-3. Формы работы пресс-службы со СМИ. Жанры текстов в работе пресс-службы. Мероприятия для СМИ

Формы реализации: Письменная работа

Тип контрольного мероприятия: Творческая задача

Вес контрольного мероприятия в БРС: 25

Процедура проведения контрольного мероприятия: Студенты получают задание, рекомендуемую литературу для его выполнения и выполняют его письменно дома, после чего присылают на проверку

Краткое содержание задания:

Прочитать описание того, что такое пресс-конференция и пресс-тур. Выбрать организацию, изучить её информационную политику и медиаобраз, текущее положение дел на рынке или место в государственной и политической деятельности РФ.

Предложить цель, план и программу для пресс-конференции и пресс-тура. Подробно расписать работу одного из отделов ПС - аналитического, креативного или организационного - принимающей стороны. Написать 4 текста разных жанров, посвящённые данным мероприятиям

Контрольные вопросы/задания:

Знать: основные принципы и подходы в изучении аудиторий и рейтингов популярности СМИ, уметь использовать данные исследовательских кампаний в практической работе и оценивать качество информации, служащей базой для определения рейтингов	1.структура и принципы организации пресс-служб
Знать: структуру и социокультурные особенности социального и информационного пространства, в пределах которого функционируют СМИ и PR, а также закономерности развития коммуникативных процессов в современном российском обществе	1.роль и функции пресс-служб в органах государственной власти, местного самоуправления и в общественных организациях
Уметь: в зависимости от поставленной задачи осуществлять выбор вида СМИ	1.подготавливать текстовые материалы для публикации в СМИ
Уметь: отбирать и систематизировать элементы коммуникативного процесса с помощью специального инструментария	1.Как пользоваться процедурами организации и проведения мониторинга средств массовой информации?
Уметь: применять полученные знания для более эффективного развития диалоговых отношений в СМИ	1.Использование технологии планирования и проведения пресс-конференций, пресс-туров и других мероприятий для прессы

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5

Нижний порог выполнения задания в процентах: 70

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "отлично" выставляется если задание выполнено в полном объеме или выполнено преимущественно верно

Оценка: 4

Нижний порог выполнения задания в процентах: 60

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "хорошо" выставляется если большинство вопросов раскрыто. выбрано верное направление для решения задач

Оценка: 3

Нижний порог выполнения задания в процентах: 50

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "удовлетворительно" выставляется если задание преимущественно выполнено

КМ-4. Реферат

Формы реализации: Письменная работа

Тип контрольного мероприятия: Реферат

Вес контрольного мероприятия в БРС: 35

Процедура проведения контрольного мероприятия: Студенты получают список тем, рекомендованных для написания реферата, за ними закрепляется определённая тема, после чего они работают на выполнении.

Краткое содержание задания:

1. Система факторов, влияющих на эффективность пресс-службы.
2. Мотивирование персонала службы по связям с общественностью.
3. Взаимодействие государственной службы с институтами гражданского общества.
4. Информационно-аналитическая работа современной пресс-службы.
5. Контент-анализ публикаций (по теме ...).
6. Нетрадиционные формы организационно-творческих мероприятий пресс-служб органов местного самоуправления в России.
7. Формы и методы взаимодействия исполнительной власти со СМИ.
8. Распространение информации о политических идеях в целях создания интереса и формирования имиджа государственной службы.
9. Организация деятельности приемных и отделов писем в органах госслужбы.
10. Специфика деятельности пресс-секретаря в государственных структурах в федеральных и региональных органах власти.
11. Координация творческих, аналитических и технических служб пресс-центра.
12. Содержательные аспекты взаимодействия госслужбы со СМИ.
13. Концептуальные подходы к деятельности службы по связям с общественностью.
14. Служба по связям с общественностью и эффективность деятельности органов государственной власти.
15. Взаимосвязь пресс-службы с другими структурами администрации.
16. Проблемы работы пресс-службы.
17. Пресс-служба: структура, функции, управление.
18. Взаимодействие пресс-службы и СМИ: формы и возможности.
19. Роль пресс-службы в формировании имиджа.
20. Пресс-служба государственной организации: структура, особенности функционирования, взаимодействие с профессиональными PR-агентствами.
21. Изучение общественного мнения и рынка.
22. Принципы и оценка эффективности деятельности пресс-службы.
23. Деятельность пресс-службы в кризисной ситуации.
24. Аккредитация как форма взаимодействия со СМИ.
25. Деятельность пресс-службы в создании и укреплении позитивной репутации.
26. Пресс-службы в органах власти в России и за рубежом.

27. Роль пресс-службы в управлении коммуникативными процессами.
28. Сравнительный анализ деятельности пресс-служб в органах власти субъектного и местного уровня государственного управления.
29. Роль пресс-службы в реализации информационной политики организации.
30. Информационные стратегии взаимодействия организации со СМИ.

Контрольные вопросы/задания:

Знать: основные принципы и подходы в изучении аудиторий и рейтингов популярности СМИ, уметь использовать данные исследовательских кампаний в практической работе и оценивать качество информации, служащей базой для определения рейтингов	1.структура и принципы организации пресс-служб
Знать: особенности влияния и взаимовлияния коммуникаторов и аудитории	1.правовые и этические нормы деятельности сотрудников пресс-служб 2.основные принципы планирования и организации деятельности пресс-служб
Знать: принципы выбора средств массовой информации и других каналов распространения рекламы	1.особенности работы пресс-службы как источника официальной информации для СМИ
Знать: структуру и социокультурные особенности социального и информационного пространства, в пределах которого функционируют СМИ и PR, а также закономерности развития коммуникативных процессов в современном российском обществе	1.роль и функции пресс-служб в органах государственной власти, местного самоуправления и в общественных организациях
Уметь: в зависимости от поставленной задачи осуществлять выбор вида СМИ	1.Умение подготавливать текстовые материалы для публикации в СМИ
Уметь: выстраивать отношения с аудиторией с учетом современных знаний	1.Умение подготавливать аналитические записки и обзоры СМИ
Уметь: использовать социологические и психологические способы изучения механизмов восприятия сообщений массовой коммуникации	1.Умение анализировать тексты с точки зрения решаемых организацией задач
Уметь: отбирать и систематизировать элементы коммуникативного процесса с помощью специального инструментария	1.Умение разрабатывать выступления руководителей организации в СМИ
Уметь: оценивать эффективность готовых медиапланов рекламы	1.Умение действовать в условиях кризисной ситуации

на ТВ и радио	
---------------	--

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5

Нижний порог выполнения задания в процентах: 80

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "отлично" выставляется если задание выполнено в полном объеме или выполнено преимущественно верно

Оценка: 4

Нижний порог выполнения задания в процентах: 70

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "хорошо" выставляется, если большинство вопросов раскрыто. выбрано верное направление для решения задач

Оценка: 3

Нижний порог выполнения задания в процентах: 50

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "удовлетворительно" выставляется, если задание преимущественно выполнено

СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

5 семестр

Форма промежуточной аттестации: Зачет с оценкой

Пример билета

1. Мониторинг СМИ: цели и порядок организации
2. Этические нормы российских журналистов

Процедура проведения

Устная форма аудиторно

1. Перечень компетенций/индикаторов и контрольных вопросов проверки результатов освоения дисциплины

1. Компетенция/Индикатор: ИД-1ПК-1 Разрабатывает оптимальную маркетинговую стратегию продвижения туристического продукта

Вопросы, задания

- 1.1. Государственная информационная политика и ее роль в деятельности пресс-служб.
2. Государственная служба как открытая система.
3. Роль пресс-служб в повышении открытости государственного управления.
4. Государственная служба в России, необходимость реформирования и принципы реформирования.
5. Цели, задачи, функции пресс-службы.
6. Структуры и принципы организации современных пресс-служб, координация пресс-службы со структурными подразделениями органа государственной власти.
7. Управление СМИ и информацией: формирование собственного информационного потока, манипулирование информацией, сегментирование информационного потока.
8. Основные этапы контент-анализа и экспресс-анализа СМИ.
9. Мониторинг СМИ: цели и порядок организации.
10. Специфика деятельности пресс-секретаря в государственных, общественных и коммерческих структурах. Масштабы работы в федеральных и региональных органах власти.
11. Формы подачи информационно-новостных материалов. Пресс-конференция.
12. Организация и проведение презентации, пресс-тура. Медиакарта.
13. Материалы для распространения в процессе организации новостных событий.
14. Пресс-служба администрации Президента РФ. Структура, функции и задачи.
15. Современные требования к информационному обеспечению внешней политики. Основные направления работы ДИП МИД РФ.
16. Пресс-служба и процедура аккредитации.
17. Существующие процедуры аккредитации иностранных журналистов.
18. Формы и методы координации деятельности российских государственных пресс-служб. Роль Союза журналистов России.
19. Этические нормы российских журналистов.
20. Подготовка пресс-релизов. Аналитическая справка и бэкграундер.
21. Специфика подготовки интервью. Доклады и отчеты.
22. Пресс-службы администраций российских регионов. Социально-политические условия возникновения, местные условия функционирования.
23. Служебные и имиджевые документы разрабатываемые пресс-службой.

Материалы для проверки остаточных знаний

1. Что не входит в обязанности современной пресс-службы?

Ответы:

А. Подготовка пресс-релизов, репортажей, статей, теле- радиосценариев, речей. Б. Контакты со СМИ В. Выпуск брошюр, буклетов. Г. Организация выставок, дней открытых дверей, празднований годовщин.

Верный ответ: Г

2. Кем не могут выполняться связи со СМИ?

Ответы:

А. Пресс-секретарем. Б. Отделом маркетинга. В. Отделом по работе с прессой. Г. Службой PR.

Верный ответ: Б

3. Что не входит в число основных задач пресс-службы?

Ответы:

А. Промоушен. Б. Обеспечение полноты и оперативности информации об организации. В. Информирование о продукции организации. Г. Создание оптимальных условий работы для аккредитованных журналистов.

Верный ответ: А

4. Что не является необходимым для нормальной работы пресс-службы?

Ответы:

А. Адекватное материально-техническое обеспечение. Б. Контакты с представителями политических партий. В. Наличие информационной базы и доступа к информации. Г. Контакт с руководством.

Верный ответ: Б

5. Чем пресс-центры отличаются от пресс-служб?

Ответы:

А. Уровнем функционирования. Б. Внутренней структурой. В. Сроком действия. Г. Меньшим масштабом деятельности.

Верный ответ: Г

6. Что не входит в число задач ответственного за связь с прессой?

Ответы:

А. Предоставление журналистам материалов для печати. Б. Ответы на запросы прессы. В. Отслеживание рейтинга СМИ. Г. Мониторинг СМИ.

Верный ответ: В

7. Какая группа не входит постоянно в состав пресс-службы?

Ответы:

А. Литературная. Б. Группа аккредитации. В. Аналитическая Г. Творческая.

Верный ответ: А

8. Что является особой задачей пресс-секретаря?

Ответы:

А. Встречи с журналистами. Б. Спичрайтинг. В. Обратная связь со СМИ. Г. Консультирование руководства по вопросам, связанным со СМИ.

Верный ответ: Б

9. Что не входит в число необходимых задач пресс-секретаря?

Ответы:

А. Выступление в качестве надежного источника информации. Б. Участие в разработке, обсуждении и реализации PR-программ. В. Создание информационных поводов. Г. Отслеживание цен на рынке прессы.

Верный ответ: Г

II. Описание шкалы оценивания

Оценка: 5

Нижний порог выполнения задания в процентах: 80

Описание характеристики выполнения знания: Работа выполнена в рамках "продвинутого" уровня. Ответы даны верно, четко сформулированные особенности практических решений

Оценка: 4

Нижний порог выполнения задания в процентах: 60

Описание характеристики выполнения знания: Работа выполнена в рамках "базового" уровня. Большинство ответов даны верно. В части материала есть незначительные недостатки

Оценка: 3

Нижний порог выполнения задания в процентах: 40

Описание характеристики выполнения знания: Работа выполнена в рамках "порогового" уровня. Основная часть задания выполнена верно. на вопросы углубленного уровня

III. Правила выставления итоговой оценки по курсу