

**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  
2024**

## ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ РАЗРАБОТАЛ:

Разработчик

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

И.Л. Телегина

## СОГЛАСОВАНО:

Руководитель  
образовательной  
программы

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

П.Е. Жохова

Заведующий  
выпускающей кафедрой

|  |                                                    |                              |
|--|----------------------------------------------------|------------------------------|
|  | Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ» |                              |
|  | Сведения о владельце ЦЭП МЭИ                       |                              |
|  | Владелец                                           | Курилов С.Н.                 |
|  | Идентификатор                                      | R2f2f52fe-KurilovSN-7d2d7cde |

С.Н.  
Курилов

## 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:<br>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 особенности влияния и взаимовлияния коммуникаторов и аудитории структуру и социокультурные особенности социального и информационного пространства, в пределах которого функционируют СМИ и PR, а также закономерности развития коммуникативных | Структура современной пресс-службы. Функции пресс-секретаря. Формы и методы работы современной пресс-службы со СМИ (Семинар)<br>Инструментальный и деятельностный аспекты работы пресс-службы (Контрольная работа)<br>Формы работы пресс-службы со СМИ. Жанры текстов в работе пресс-службы. Мероприятия для СМИ (Творческая задача)<br>Реферат (Реферат) |

|  |  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |  |
|--|--|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
|  |  | <p>процессов в современном российском обществе</p> <p>принципы выбора средств массовой информации и других каналов распространения рекламы</p> <p>технологии массово-коммуникационной деятельности</p> <p>Уметь:</p> <p>отбирать и систематизировать элементы коммуникативного процесса с помощью специального инструментария</p> <p>выстраивать отношения с аудиторией с учетом современных знаний</p> <p>оценивать эффективность готовых медиапланов рекламы на ТВ и радио</p> <p>использовать социологические и психологические способы изучения механизмов восприятия сообщений массовой коммуникации в зависимости от поставленной задачи</p> <p>осуществлять выбор вида СМИ</p> |  |
|--|--|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|

|  |  |                                                                                        |  |
|--|--|----------------------------------------------------------------------------------------|--|
|  |  | 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 медиарелейшнз 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*

*Оценка: 2*

*Описание характеристики выполнения знания: Оценка "неудовлетворительно" выставляется если задание выполнено неверно или преимущественно не 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

*Оценка: 2*

*Описание характеристики выполнения знания:* Оценка "неудовлетворительно" выставляется если задание выполнено неверно или преимущественно не 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<br>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 на ТВ и радио                                     | 1. Умение действовать в условиях кризисной ситуации                 |

**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*

*Оценка: 2*

*Описание характеристики выполнения знания: Оценка "неудовлетворительно" выставляется, если задание выполнено неверно или преимущественно не 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*

*Оценка: 2*

*Описание характеристики выполнения знания: Работа не выполнена или выполнена преимущественно неправильно*

## ***III. Правила выставления итоговой оценки по курсу***