

ФГБОУ ВО НОВОСИБИРСКИЙ ГАУ  
Кафедра государственного и муниципального администрирования

Per. № ГМАГУ. 03-60901  
«05» 10 2022г.  
УТВЕРЖДЕН  
на заседании кафедры  
Протокол от «11» 09 2022г. № 2  
Заведующий кафедрой государственного и  
муниципального администрирования  
М.Э. Толстова  
(подпись)

ФОНД  
ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Б1.В.ДВ.05.01 Связи с общественностью в органах власти  
Шифр и наименование дисциплины

38.03.04 Государственное и муниципальное управление  
Код и наименование направления подготовки

Административно-государственное управление

Новосибирск 2022

Паспорт  
фонда оценочных средств

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины*	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства
1	Связи с общественностью в органах власти: актуальность, цели, задачи, содержание и формы деятельности	ПК-7	Перечень дискуссионных вопросов для семинара. Перечень тем устных сообщений для семинара. Подготовка реферата
2	История становления и развития института связей с общественностью в мире и в России	ПК-7	Перечень дискуссионных вопросов для семинара. Перечень тем устных сообщений для семинара. Подготовка реферата
3	Связи с общественностью и другие виды коммуникативной деятельности: сходства и различия	ПК-7	Перечень дискуссионных вопросов для семинара. Письменная проверочная работа. Подготовка реферата
4	Общественное мнение и технологии работы с ним. Манипуляции в связях с общественностью	ПК-7	Перечень дискуссионных вопросов для семинара. Письменная проверочная работа. Подготовка реферата
5	Средства массовой коммуникации (СМК) и массовой информации (СМИ). Связи со средствами массовой информации (медиарелейшнз)	ПК-7	Перечень дискуссионных вопросов для семинара. Письменная проверочная работа. Подготовка реферата
6	Имидж и формирование имиджа в системе связей с общественностью: понятия, типологии, технологии	ПК-7	Перечень дискуссионных вопросов для семинара. Письменная проверочная работа. Подготовка реферата
7	Управление связями с общественностью в условиях кризиса	ПК-7	Перечень дискуссионных вопросов для семинара. Решение ситуационной задачи. Подготовка реферата
8	Связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления: принципы, цели, задачи и направления деятельности	ПК-7	Перечень дискуссионных вопросов для семинара. Решение ситуационной задачи. Подготовка реферата
9	Информационная открытость органов власти. Современные информационные технологии в государственных связях с общественностью	ПК-7	Перечень дискуссионных вопросов для семинара. Перечень тем устных сообщений для семинара. Подготовка реферата

10	Взаимодействие органов власти с религиозными объединениями и национальными общественными организациями	ПК-7	Перечень дискуссионных вопросов для семинара. Перечень тем устных сообщений для семинара. Подготовка реферата
11	Взаимодействие органов власти с территориальным общественным самоуправлением. Поддержка общественных инициатив в системе государственного и муниципального управления	ПК-7	Перечень дискуссионных вопросов для семинара. Перечень тем устных сообщений для семинара. Подготовка реферата
12	Связи общественности с органами власти на примере бизнес-сообщества: гавернментрилейшнз (GovernmentRelations, GR, джиар) и лоббизм	ПК-7	Перечень дискуссионных вопросов для семинара. Перечень тем устных сообщений для семинара. Подготовка реферата
	Экзамен	ПК-7	Вопросы к экзамену

ФГБОУ ВО Новосибирский ГАУ  
Кафедра Государственного и муниципального администрирования  
(наименование кафедры)

### Устные сообщения для семинара (тематические доклады)

по дисциплине Связи с общественностью в органах власти  
(наименование дисциплины)

### Тема 1. Связи с общественностью в органах власти: актуальность, цели, задачи, содержание и формы деятельности

#### Перечень тем устных сообщений для семинара

1. Подходы к определению понятия «связи с общественностью» в зарубежной и российской науке.
2. Правовое регулирование деятельности по СсО (федеральные законы Российской Федерации, регулирующие данную сферу).
3. Кодекс профессиональных и этических принципов в области связей с общественностью РАСО (2001 г.): краткий анализ основных положений.
4. Общие принципы, цели, задачи, направления деятельности пиар-служб в органах власти.
5. Организация пиар-служб в федеральных органах власти (на примере Правительства РФ или одного из министерств).
6. Пиар-службы в региональных органах власти: структура, задачи, содержание и формы деятельности (на примере Правительства Новосибирской области).
7. Службы по связям с общественностью на муниципальном уровне (на примере мэрии г. Новосибирска).

### Тема 2. История становления и развития института связей с общественностью в мире и в России

#### Перечень тем устных сообщений для семинара

1. Связи с общественностью в древнем мире (Древний Египет, Древний Рим, Древняя Греция, Древний Китай)
2. История связей с общественностью в США.
3. История связей с общественностью в странах Европы.
4. Развитие связей с общественностью в истории России.



## **Тема 9. Информационная открытость органов власти. Современные информационные технологии в государственных связях с общественностью**

### **Перечень тем устных сообщений для семинара**

1. Федеральный Закон от 09.02.2009 г. № 8-ФЗ «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления» как основа для реализации принципа открытости органов власти.
2. Проект «Электронное правительство»: зарубежный и российский опыт реализации.
3. Электронно-цифровые платформы и сервисы в ГМУ (портал Госуслуг, портал «Электронная демократия», «Активный гражданин» и т.п.).
4. Статистика пользователей цифровыми сервисами в России.
5. История создания Всемирной сети, технические особенности функционирования
6. Создание веб-сайта и его развитие (включение аудитории в формирование контента, интерактивные функции)
7. Официальный сайт органов власти как средство обеспечения открытости власти
8. Использование блогов, социальных сетей, мессенджеров в государственных связях с общественностью
9. Анализ активности в сетевом пространстве губернатора Новосибирской области А.А. Травникова (на каких ресурсах, статистка подписчиков, посещений и просмотров и т.п.)

## **Тема 10. Взаимодействие органов власти с религиозными объединениями и национальными общественными организациями**

### **Перечень тем устных сообщений для семинара**

1. Религиозный состав населения России и Новосибирской области.
2. Понятие религиозного объединения.
3. Нормативно-правовая база религиозной политики государства.
4. Россия как светское государство.
5. Направления и формы взаимодействия органов власти с религиозными организациями (на примере Минрегионполитики Новосибирской области).
6. Национальный состав населения России и Новосибирской области.
7. Нормативно-правовая база национальной политики в Российской Федерации.
8. Понятие национально-культурной автономии.

9. Понятие коренного малочисленного народа.
10. Направления и формы взаимодействия органов власти с общественными национальными организациями (на примере Министерства региональной политики Новосибирской области).

## **Тема 11. Взаимодействие органов власти с территориальным общественным самоуправлением. Поддержка общественных инициатив в системе государственного и муниципального управления**

### **Перечень тем устных сообщений для семинара**

1. Место и роль ТОС в системе народовластия.
2. Сотрудничество органов власти с ТОС в Новосибирске и Новосибирской области.
3. Становление и правовое закрепление института поддержки общественных инициатив.
4. Анализ официального сайта «Российская общественная инициатива».
5. Поддержка общественных инициатив на примере г. Новосибирска.

## **Тема 12. Связи общественности с органами власти на примере бизнес-сообщества: гавернментрилейшнз (GovernmentRelations, GR, джипар) и лоббизм**

### **Перечень тем устных сообщений для семинара**

1. Понятие GovernmentRelations («связи с органами государственной власти»).
2. Место и роль GR в современном бизнесе.
3. Направления и формы GR-деятельности.
4. GR и лоббизм – общее и особенное.
5. Содержание и формы лоббистской деятельности.
6. Международный опыт регулирования лоббизма.
7. Проблема правового регулирования лоббизма в мире и в России.

### **Критерии оценки**

**Оценки «зачтено»** заслуживает доклад, полностью соответствующий заявленной теме, сделанный хорошим научным языком и выполненный в пределах регламента (10-15 минут). Допускаются незначительные отступления от регламента или содержательные ошибки, не носящие принципиального характера. Доклад должен сопровождаться показом правильно оформленных слайдов, отличающихся хорошей наглядностью и удобных для восприятия аудитории.

Оценки «не зачтено» заслуживает должным образом не подготовленный доклад, или доклад, не соответствующий заявленной теме; доклад, содержащий фактические ошибки, носящие принципиальный характер, при игнорировании регламента, не сопровождаемый показом слайдов или с показом некачественно выполненных слайдов, недоступных восприятию аудитории.

ФГБОУ ВО Новосибирский ГАУ  
Кафедра Государственного и муниципального администрирования  
(наименование кафедры)

### Письменная проверочная работа

по дисциплине Связи с общественностью в органах власти  
(наименование дисциплины)

#### Тема 3. Связи с общественностью и другие виды коммуникативной деятельности: сходства и различия

**Задание:** используя материал лекции «Связи с общественностью и другие виды коммуникативной деятельности: сходства и различия», впишите особенности связей с общественностью, заполните письменно таблицу.

Реклама	Связи с общественностью
1. Ориентирована на осуществление продаж, т.е. конкретные действия потребителя	
2. Дает короткий эффект	
3. Апеллирует к потребительским свойствам товара – через них к свойствам личности	
4. Лучше подходит для продвижения отдельного товара	
5. Апеллирует к бессознательному, эмоциям и впечатлениям	
6. Является односторонней коммуникацией	
7. Высокие финансовые затраты на единицу продукта	

#### Тема 4. Общественное мнение и технологии работы с ним. Манипуляции в связях с общественностью

**Задание:**

- Повторите материал лекции «Общественное мнение и технологии работы с ним. Манипуляции в связях с общественностью».
- Прочтите ниже перечень манипулятивных «слов-оборотней». Определите:
  - какой скрытый смысл они несут,
  - что они означают в категориях естественного языка и здравого смысла,

- каковы мотивы тех, кто вбрасывает в общественный дискурс именно такие слова.

3. Заполните письменно таблицу.

№	«Слово-оборотень»	Эквивалент на простом русском языке, раскрывающий подлинный смысл явления	Каковы были мотивы и цели тех, кто использует именно это слово-оборотень?
1.	«Количественное смягчение» (как инструмент регулирования и «оптимизации» финансовой сферы стран Запада с начала 2010-х гг.)		
2.	«Внутренние террористы» (часть американского общества, сторонники Д. Трампа, которые не приняли итоги выборов президента США в 2020 г. и активно выражали свою позицию)		
3.	«Независимые СМИ»		
4.	«Гражданский брак» (как одна из современных форм отношений мужчины и женщины)		

**Тема 5. Средства массовой коммуникации (СМК) и массовой информации (СМИ). Связи со средствами массовой информации (медиарелейшнз)**

**Задание:** прочтите два высказывания по поводу ограничения свободы СМИ и письменно прокомментируйте их (объем 1 страница).

1. Федерико Феллини: «Цензура – это реклама за государственный счет».
2. Виталий Третьяков: «Свободно выраженную мысль государству легче контролировать, чем мысль не высказываемую».

**Тема 6. Имидж и формирование имиджа в системе связей с общественностью: понятия, типологии, технологии**

**Задание:** поясните и аргументируйте (письменно, объем 0,5 стр.), почему столь категоричен экс-президент Американского общества по связям с общественностью Джо Эппл, который говорил сотрудникам: «Если из-за

вашего неудачного решения фирма потеряет деньги, я это пойму. Но если из-за этого пострадает репутация фирмы, я буду с вами безжалостен».

### Критерии оценки

- оценка «отлично» выставляется студенту, если ответ показывает глубокое и системное знание материала. Студент демонстрирует отчетливое и свободное владение научным языком и терминологией. Логически корректное и убедительное изложение ответа.

- оценка «хорошо» - знание узловых проблем и основного содержания лекционного курса; умение пользоваться концептуально-понятийным аппаратом в процессе анализа основных проблем в рамках данной темы. В целом логически корректное, но не всегда точное и аргументированное изложение ответа.

- оценка «удовлетворительно» - фрагментарные, поверхностные знания содержания лекционного курса; затруднения с использованием научно-понятийного аппарата и терминологии; частичные затруднения с выполнением заданий;

- оценка «неудовлетворительно» - незнание, либо отрывочное представление о данных вопросах материала; неумение использовать понятийный аппарат; отсутствие логической связи в ответе.



### Решение ситуационных задач

по дисциплине Связи с общественностью в органах власти  
(наименование дисциплины)

#### Тема 7. Управление связями с общественностью в условиях кризиса

Описание ситуации: На крупном предприятии N по производству автомобилей произошел технологический сбой, приведший к выпуску бракованных деталей. Отдел контроля качества не заметил изъянов и пропустил продукцию на рынок. Вскоре брак был обнаружен одним из покупателей. Директор предприятия, чтобы не поднимать шум, дал указание по неофициальным каналам найти пострадавшего и компенсировать ему ущерб (предложить деньги или на обмен новый автомобиль).

Задание (ответ дать письменно, объем 1 стр.):

1. Ответьте на вопрос - правильно ли поступил руководитель предприятия N и почему?
2. Предложите свой вариант действий. Опишите 5 ваших первых шагов по выходу из кризисной ситуации

#### Тема 8. Связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления: принципы, цели, задачи и направления деятельности

Описание ситуации: Для поддержки различных категорий граждан, приобретающих жилье, в N-ской области действует несколько федеральных и краевых программ с общим объемом финансирования на 2008 год около 3,4 млрд. рублей.

Проект «Доступное и комфортное жилье – гражданам России» по данным опроса населения, проведенного осенью 2007 года, является наиболее востребованным для 26,8 % населения области, программа «Дом» – для 27,5 % населения области.

Одно из направлений областного приоритетного проекта «Дом» – решение проблемы ветхого и аварийного жилья. К 2009 году в рамках проекта «Дом» планируется:

- строительство жилых домов, общей площадью 70 тысяч кв. метров;
- реконструкция жилых домов, общей площадью 3 тысяч кв. метров;
- приобретение жилых помещений, общей площадью 20 тысяч кв. метров.

Все это жилье будет предоставляться жильцам взамен ветхого и непригодного для жизни.

Непростая ситуация с ветхим и аварийным жильем в крае сопровождается информационным накалом. В СМИ N-ской области регулярно (несколько раз в неделю) появляются сообщения о коммунальных авариях, разрушающихся стенах домов, о людях, проживающих в непригодных для жизни условиях.

Кроме этого, при переселении граждан из ветхого жилья (предоставления жилья социального найма в связи с выселением) поступают жалобы от населения в связи с тем, что им предоставляется жилье равнозначное ранее занимаемой жилплощади. Жильцы подлежащих сносу домов ожидают, что им будет предоставлено благоустроенное жилье, пригодное для проживания большей площади или с большим количеством комнат. Эти заблуждения основаны на действующем еще в советский период порядке предоставления жилья взамен сносимого, тогда жилье давали в зависимости от числа проживающих. Новые нормы предоставления жилья закреплены в статье 89 Жилищного кодекса РФ, принятого 29.12.2004 г.

За проведение жилищной политики на территории области ответственным является департамент строительства и архитектуры администрации N-ской области. Проводится постоянная разъяснительная работа с населением края через органы местного самоуправления, СМИ. Но как показывают опросы, этого недостаточно для популяризации жилищных программ среди населения и разъяснения основных положений жилищной политики, действующих правил и нормативов. Около 37% опрошенных жителей области считают, что надо проводить более активную агитацию и разъяснительную работу среди всех потенциально заинтересованных групп населения.

Задание: Вы – руководитель пресс-службы департамента строительства и архитектуры администрации N-ской области. В вашем распоряжении вся информация по программам, налаженные отношения с ключевыми медиа-каналами. Ваша задача – разработать коммуникационную кампанию (долгосрочную или краткосрочную) для достижения поставленной цели, а также для формирования и закрепления положительного имиджа приоритетной областной программы «ДОМ» в целом.

Определите (письменно, объем 1,5-2 стр.):

1. Целевую аудиторию
2. Глобальную цель PR-кампании
3. Коммуникативные каналы, через которые можно воздействовать именно на данную целевую аудиторию
4. Виды СМИ, через которые вы будете работать
5. Содержание основных «посланий» (сообщений) конкретным целевым группам
6. Крупные пиар-мероприятия и акции (тематика, общий план проведения)

### Критерии оценки

1. Когерентность (связь, соответствие) решения и условий задачи (соответствие решения сформулированным в кейсе вопросам).
2. Оригинальность подхода (новаторство, креативность).
3. Применимость решения на практике.
4. Глубина проработки проблемы (обоснованность решения, наличие альтернативных вариантов, прогнозирование возможных проблем, комплексность решения).
5. Возможность долгосрочного применения решения

Вес в оценке каждого критерия (при итоговой высшей оценке 5 баллов)

Критерий	Вес
Когерентность (связь, соответствие) решения и условий задачи	0,5
Оригинальность подхода (новаторство, креативность).	2
Применимость решения на практике.	1
Глубина проработки проблемы	1
Возможность долгосрочного применения решения	0,5

- оценка «зачтено» - не менее 3 баллов

- оценка «не зачтено» - 2 балла и ниже

ФГБОУ ВО Новосибирский ГАУ  
Кафедра Государственного и муниципального администрирования  
(наименование кафедры)

### Темы рефератов

по дисциплине Связи с общественностью в органах власти  
(наименование дисциплины)

1. Этические принципы профессиональной деятельности в области связей с общественностью (на примере зарубежных стран и Российской Федерации).
2. Кодексы профессионального поведения в сфере связей с общественностью: история создания, содержание принципов, норм и правил (на примере зарубежных стран и Российской Федерации)
3. Российский Кодекс профессиональных и этических принципов в области связей с общественностью: история создания и основные принципы.
4. Классические и современные теории массовых коммуникаций.
5. Структура, цели, задачи и содержание деятельности службы по связям с общественностью органа государственного управления (на примере деятельности конкретного органа государственного управления (указать)).
6. Структура, цели, задачи и содержание деятельности службы по связям с общественностью органа муниципального управления (на примере деятельности конкретного органа муниципального управления (указать)).
7. Медиа-тексты и тексты в сфере связей с общественностью: функции, типологии, особенности подготовки.
8. Работа с общественным мнением в системе государственного и муниципального управления.
9. Целевые группы общественности и лидеры общественного мнения как объекты воздействия в связях с общественностью в системе государственного и муниципального управления.
10. Информационные войны в истории и в современном мире (на примере зарубежного и российского опыта).
11. Взаимодействие со СМИ в системе государственного и муниципального управления.
12. Использование сети Интернет в современных связях с общественностью.
13. Нормативно-правовые регуляторы деятельности СМИ (на примере зарубежных стран).
14. Правовое регулирование деятельности средств массовой информации (на примере Российской Федерации).
15. Цензура как социально-политическое явление: история и современная ситуация (на примере России).
16. Основы информационной безопасности организации (на примере деятельности конкретного органа управления (указать)).



17. Современные технологии связей с общественностью в избирательных кампаниях (на примере зарубежных стран и Российской Федерации).

18. История становления и развития связей с общественностью (на примере зарубежных стран).

19. История становления и развития связей с общественностью (на примере России).

20. Организация специальных событий как пиар-технология (на примере деятельности конкретного органа управления (указать)).

21. Связи с общественностью в деятельности финансовых организаций (на примере зарубежных стран и Российской Федерации).

22. Связи с общественностью в условиях кризиса: принципы, технологии, инструментарий.

23. История становления и развития лоббистской деятельности (на примере зарубежных стран).

24. История становления и развития лоббистской деятельности (на примере Российской Федерации).

25. Имидж организации и её руководителя (на примере деятельности конкретного органа управления (указать)).

26. Конструирование имиджа политика (на примере конкретного политика (указать)).

27. Использование неформальных коммуникаций в связях с общественностью.

28. Взаимодействие органов власти с национальными общественными организациями и с национально-культурными автономиями.

29. Взаимодействие органов власти с религиозными объединениями.

30. Взаимодействие органов власти с органами территориального общественного самоуправления (на примере деятельности конкретного органа управления (указать)).

31. Взаимодействие органов власти с молодежными общественными организациями и движениями.

32. Поддержка общественных инициатив в системе муниципального управления (на примере г. Новосибирска).

### Критерии оценки

- **оценка «зачтено»** выставляется студенту, если выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы. Работа может быть зачтена и в том случае, когда основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом

допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём реферата; имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы;

- **оценка «не зачтено»** – тема реферата не раскрыта, задания не выполнены, обнаруживается существенное непонимание проблемы.



### Вопросы к экзамену

по дисциплине Связи с общественностью в органах власти  
(наименование дисциплины)

1. Связи с общественностью как современная теоретическая и практическая дисциплина: актуальность и основные понятия.
2. История становления и развития связей с общественностью в зарубежных странах.
3. История становления и развития связей с общественностью в России.
4. Общественность и группы общественности: понятие, признаки, основные типологии.
5. Общественное мнение: понятие, признаки, характеристики, методы изучения.
6. Связи с общественностью, пропаганда, реклама как коммуникативные технологии: сравнительная характеристика.
7. Основные формы и психологические особенности сотрудничества специалистов по связям с общественностью и средств массовой информации.
8. Коммуникация: понятие, структура, характеристика основных моделей.
9. Использование СМИ в современных связях с общественностью.
10. Массовая коммуникация и средства массовых коммуникаций.
11. Средства массовой информации: понятие, признаки, виды.
12. Нормативно-правовое регулирование деятельности СМИ в современной России.
13. Имидж: понятие, структура, типология.
14. Современные технологии создания имиджа и управления имиджем.
15. Манипуляции в коммуникациях: понятие, признаки, основные технологии.
16. Управление общественными связями в условиях кризиса.
17. Связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления.
18. Правовые основы и этические стандарты деятельности по связям с общественностью.
19. Лоббизм как коммуникативное явление: понятие, формы, инструментарий.
20. Связи со средствами массовой информации (медиарилейшнз) в государственных связях с общественностью

21. Взаимодействие органов муниципального управления с территориальным общественным самоуправлением

22. Современные информационные технологии в государственных связях с общественностью

23. Понятие, содержание и формы связей общественности с правительственными органами (Government Relations, GR)

24. Информационная открытость власти как фактор повышения её легитимности. Федеральный Закон от 09.02.2009 г. № 8-ФЗ «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления»;

25. Связи с общественностью как технология повышения легитимности власти

26. Службы по связям с общественностью в государственном и муниципальном управлении: история появления, структура, содержание и формы деятельности

27. Взаимодействие органов власти с религиозными объединениями

28. Поддержка общественных инициатив в системе связей с общественностью

29. Взаимодействие органов власти с национально-культурными автономиями и национальными общественными организациями

30. Организация специальных событий в государственных связях с общественностью

### Критерии оценки

**Оценка «отлично»** ставится, если студент строит ответ логично в соответствии с планом, показывает максимально глубокие знания профессиональных терминов, понятий, категорий, концепций и теорий. Устанавливает содержательные межпредметные связи. Развернуто аргументирует выдвигаемые положения, приводит убедительные примеры. Обнаруживает способность анализа в освещении различных концепций. Делает содержательные выводы. Демонстрирует знание специальной литературы в рамках учебного методического комплекса и дополнительных источников информации.

**Оценка «хорошо»** ставится, если студент строит свой ответ в соответствии с планом. В ответе представлены различные подходы к проблеме, но их обоснование недостаточно полно. Устанавливает содержательные межпредметные связи. Развернуто аргументирует выдвигаемые положения, приводит необходимые примеры, однако показывает некоторую непоследовательность анализа. Выводы правильны. Речь грамотна, используется профессиональная лексика. Демонстрирует среднее знание специальной литературы в рамках учебного методического комплекса и дополнительных источников информации.

**Оценка «удовлетворительно»** ставится, если ответ недостаточно логически выстроен, план ответа соблюдается непоследовательно. Студент обнаруживает слабость в развернутом раскрытии профессиональных понятий, лексика ограничена. Выдвигаемые положения декларируются, но недостаточно аргументированы. Ответ носит преимущественно теоретический характер, примеры ограничены, либо отсутствуют.

**Оценка «неудовлетворительно»** ставится при условии недостаточного раскрытия профессиональных понятий, категорий, концепций, теорий. Студент проявляет стремление подменить научное обоснование проблем рассуждениями обыденно-повседневного бытового характера. Ответ содержит ряд серьезных неточностей. Выводы поверхностны или отсутствуют.

ФГБОУ ВО Новосибирский ГАУ  
Кафедра Государственного и муниципального администрирования  
(наименование кафедры)

## ЗАДАНИЯ ДЛЯ ОЦЕНКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ

### Задания для оценки сформированности компетенции ПК-7:

1. Выберите понятие, соответствует определению: «Особая технология связей с общественностью, реализуемая в форме подготовки текста для устного публичного информирования целевой общественности от имени первого лица с позиций субъекта связей с общественностью и в интересах этого субъекта»:

1. Спичрайтинг;
2. Рерайтинг;
3. Копирайтинг.

Ответ: 1.

2. Оперативная пресс-конференция по актуальной теме продолжительностью до 30 мин. называется:

1. Презентация;
2. Бэкграундер;
3. Медиа-kit;
4. Брифинг.

Ответ: 4.

3. В перечень конкретных направлений деятельности пиар-служб в органах государственного и муниципального управления НЕ входят:

1. Прогнозирование социально-политического процесса;
2. Анализ общественной реакции на действия должностных лиц и органов власти;
3. Информирование общественности о существе принимаемых решений;
4. Представительство интересов социальных групп в органах законодательной и исполнительной власти.

Ответ: 4.

4. Первая и основная цель антикризисных связей с общественностью – это...

1. Минимизация ущерба для имиджа и репутации;
2. Месть конкурентам;
3. Защита первых лиц организации;
4. Получение прибыли.

Ответ: 1.



5. Часть аудитории, на которую планируется направить конкретное информационное и коммуникативное воздействие в рамках связей с общественностью – это...

1. Толпа;
2. Собранный публика;
3. Целевая группа;
4. Пассивная аудитория.

Ответ: 3.

6. Вставьте нужное слово (словосочетание): «Официальное сообщение, выпускаемое для публикации в СМИ или распространения по каналам вещательных средств связи штаб-квартирами, пресс-бюро различных организаций – это \_\_\_\_\_».

Ответ: ....

7. Какому понятию соответствует определение: «Целостный, эмоционально нагруженный образ презентуемого или рекламируемого человека, товара, бренда (торговой марки) и др. объектов, к которым ставится задача сформировать определённое (как правило, позитивное) отношение»?

Ответ: ....

8. Вставьте нужное слово (словосочетание): «Согласно классическому определению С.Блэка, связи с общественностью – это искусство и наука достижения гармонии посредством взаимопонимания, основанного на правде и \_\_\_\_\_».

Ответ: ....

9. Вставьте нужное слово (словосочетание): «Информационная открытость органов власти является одним из важнейших факторов повышения \_\_\_\_\_».

Ответ: ....

10. Какое понятие соответствует определению одной из технологий работы пиар-служб органов власти со СМИ: «Постоянное, оперативное, достаточное по объёму предоставление сведений для СМИ, по любому поводу, включая незначительные и не интересные для СМИ события (СМИ сами выберут нужное)»? \_\_\_\_\_

Ответ: ....

#### **Критерии оценки результатов:**

– оценка «отлично» выставляется студенту, если он отвечает верно на 80-100% вопросов.

– оценка «хорошо» выставляется студенту, если он отвечает верно на 70-79% вопросов.

– оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он отвечает верно на 60-69% вопросов.

– оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он не освоил материал темы, даёт менее 60% правильных ответов.

# МАТРИЦА СООТВЕТСТВИЯ КРИТЕРИЕВ ОЦЕНКИ УРОВНЮ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ

Критерии оценки	Уровень сформированности компетенций
<b>Оценка по пятибалльной системе</b>	
«Отлично»	«Высокий уровень»
«Хорошо»	«Повышенный уровень»
«Удовлетворительно»	«Пороговый уровень»
«Неудовлетворительно»	«Не достаточный»
<b>Оценка по системе «зачет – незачет»</b>	
«Зачтено»	«Достаточный»
«Не зачтено»	«Не достаточный»

**Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

1. Положение «О балльно-рейтинговой системе аттестации студентов»: СМК ПНД 08-01-2022, введено приказом от 28.09.2011 №371-О (<http://nsau.edu.ru/file/403>: режим доступа свободный);

2. Положение «О проведении текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся в ФГБОУ ВО Новосибирский ГАУ»: СМК ПНД 77-01-2022, введено в действие приказом от 03.08.2015 №268а-О (<http://nsau.edu.ru/file/104821>: режим доступа свободный).