Приложение 1

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Дисциплины ФТД.03 «Паблик рилейшнз и репутационный капитал предприятия»

Направление подготовки 38.03.02 «Менеджмент»

Профиль подготовки «Производственный менеджмент»

Квалификация выпускника бакалавр

ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

дисциплины ФТД.03 Паблик рилейшнз и репутационный капитал предприятия
(индекс и наименование дисциплины, практики, итоговой государственной аттестации)

№ п/п	Контролируемые разделы дисциплины	Код индикатора достижения компетенций	Наименование оценочного средства и иных материалов	Кол-во
1	В целом	УК-1.3 УК-1.4 ПК-1.1	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания	3
2			Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения дисциплины	2
3			Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	3

1 ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ ОЦЕНИВАНИЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ, ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ

1.1 Описание шкалы оценивания сформированности компетенций

Сформированность компетенций по дисциплине оценивается по 2-балльной шкалой: «зачтено», «не зачтено»

1.2 Описание показателей и критериев оценивания сформированности компетенций по дисциплине, обеспечивающие достижение планируемых результатов освоения образовательной программы

Код компетенции (индикатора достижения компетенции)	Результат обучения по дисциплине	Критерии и показатели оценивания результатов обучения	
		«не зачтено»	«зачтено»
1	2	3	4
УК-1 (УК-1.3, УК-1.4)	Знать: структуру и цели плана стратегического планирования, принятие стратегических решений, сегментированные PR - планирование. Применение метода Фокус-группы PR -исследования	Фрагментарные знания структуры и целей плана стратегического планирования, принятие стратегических решений, сегментированные PR - планирование. Применение метода Фокус-группы PR -исследования	Сформированные и систематические знания структуры и целей плана стратегического планирования, принятие стратегических решений, сегментированные PR - планирование. Применение метода Фокус-группы PR -исследования
	Уметь: работать и определять свою роль в команде, использовать формальные и неформальные каналы общения с сохранением деловой репутации как нематериального актива и инструмента влияния корпоративный имидж	Фрагментарное умение работать и определять свою роль в команде, использовать формальные и неформальные каналы общения с сохранением деловой репутации как нематериального актива и инструмента влияния корпоративный имидж	Успешное и систематическое умение работать и определять свою роль в команде, использовать формальные и неформальные каналы общения с сохранением деловой репутации как нематериального актива и инструмента влияния корпоративный имидж
	Владеть: технологиями создания корпоративного имиджа, динамикой PR - планирования, нейролингвистическим программированием (НЛП) и деловой коммуникацией	Фрагментарное владение технологиями создания корпоративного имиджа, динамикой PR - планирования, нейролингвистическим программированием (НЛП) и деловой коммуникацией	Успешное и систематическое применение навыков владения технологиями создания корпоративного имиджа, динамикой PR - планирования, нейролингвистическим программированием (НЛП) и деловой коммуникацией

ПК-1 (ПК-1.1)	Знать: PR – инструментарий, блогосферу PR -, манипулятивные технологии: «Белый», «Желтый», «Красный», «Черный» PR	Фрагментарные знания PR – инструментарий, блогосферу PR -, манипулятивные технологии: «Белый», «Желтый», «Красный», «Черный» PR	Сформированные и систематические знания PR – инструментарий, блогосферу PR -, манипулятивные технологии: «Белый», «Желтый», «Красный», «Черный» PR
	Уметь: использовать пресс-конференции, брифинги, совещания, съезды, круглые столы, пресс-туры, пресс-релизы в системе управления организаций.	Фрагментарное умение использовать пресс-конференции, брифинги, совещания, съезды, круглые столы, пресс-туры, пресс-релизы в системе управления организаций.	Успешное и систематическое умение использовать пресс-конференции, брифинги, совещания, съезды, круглые столы, пресс-туры, пресс-релизы в системе управления организаций.
	Владеть: навыками сбора и подготовки исходных данных в своей профессиональной деятельности, создания имени бренда организации средствами PR	Фрагментарное владение навыками сбора и подготовки исходных данных в своей профессиональной деятельности, создания имени бренда организации средствами PR	Успешное и систематическое применение навыков сбора и подготовки исходных данных в своей профессиональной деятельности, создания имени бренда организации средствами PR

1.3 Описание показателей и критериев оценивания компетенций

дисциплины в форме зачета

Оценка	Критерии
1	*2*
Зачтено	выполнен установленный по дисциплине объем самостоятельных работ, в процессе обучения или в ходе собеседования (при необходимости) продемонстрированы достаточно твердые знания материала, умения и навыки их использования при решении конкретных задач, показана сформированность соответствующих компетенций, проявлено понимание сущности и взаимосвязи рассматриваемых процессов и явлений, даны правильные, полные ответы на большинство вопросов; нет грубых ошибок, при ответах на отдельные вопросы могут быть допущены отдельные неточности
Не зачтено	не выполнен установленный по дисциплине объем самостоятельных работ, соответствующие компетенции не сформированы полностью или частично, в ходе собеседования не дано ответа, или даны неправильные ответы на большинство вопросов, продемонстрировано непонимание сущности предложенных вопросов, допущены грубые ошибки при ответе на вопросы

3. ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ И ИНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Примерные темы рефератов

1. PR: понятие, история, структура.
2. PR – технологии и их роль в обществе.
3. Целевые аудитории PR.
4. Современные технологии брендинга.
5. PR – служба и фирма: структура и функции.
6. Сходства и различия рекламы и PR.
7. Российское рекламное законодательство.
8. Причины возникновения профессиональных PR – агенств
9. Методы формирования общественного мнения
10. Имидж и корпоративные отношения.
11. Корпоративная философия и корпоративный имидж.
12. Формирование стратегии бренда.
13. Особенности современного брендинга.
14. Функции управления связями с общественностью как функции государства.
15. «Черный» и «Серый» PR как методы ведения информационной войны.
16. «Цветной» PR: принципы деятельности. Последовательность действий в процессе проведения PR – компании.
17. Целевые аудитории в «цветном» PR
18. Методы атаки и защиты в «цветном» PR
19. Виды и способы коммуникации PR
20. Деловая репутация.
21. Влияние деловой репутации на корпоративный имидж.
22. Паблик рилейшинз в сфере корпоративных коммуникаций
23. Правила деловой этики. Корпоративные кодексы.
24. Конструктирование имиджа и имиджевые легенды.
25. Сущность PR – технологии адаптации к новым условиям.
26. Манипулирование информацией.
27. Спонсоринг и фандрайзинг
28. Составляющие репутационного капитала предприятий.
29. Этапы становления PR.
30. Процесс формирования деловой репутации предприятия.

3.2. Список вопросов к зачету

№ вопроса	Вопросы	Коды индикаторов достиж. компетенций
1	2	3
1	Сущность PR и основные принципы.	УК-1.3
2	Функции и области применения PR.	УК-1.4
3	История возникновения и развития.	УК-1.3
4	Виды PR.	УК-1.4
5	PR и реклама. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций.	УК-1.3, ПК-1.1.
6	Классификация рекламы.	УК-1.3 ПК-1.1.
7	Рекламные исследования.	УК-1.3 ПК-1.1.
8	Составляющие репутационного капитала предприятия	УК-1.3 ПК-1.1.
9	Деловая репутация компании	УК-1.4 ПК-1.1.
10	Брендовая исключительность.	УК-1.3 ПК-1.1.
11	Создание имени бренда средствами PR	УК-1.3 ПК-1.1.
12	Ребрединг.	УК-1.3 ПК-1.1.
13	Общественное мнение как структурный элемент PR.	УК-1.4 ПК-1.1.
14	Информационная политика РФ.	УК-1.3 УК-1.4
15	Технологии информационной политики.	ПК-1.1.
16	Процесс формирования деловой репутации предприятия.	ПК-1.1.
17	PR технологии управления репутацией.	ПК-1.1.
18	Понятие корпоративного имиджа, его основные элементы.	ПК-1.1.
19	Тизерные PR – технологии создания корпоративного имиджа	ПК-1.1.
20	Деловая репутация как нематериальный актив и инструмент влияния на корпоративный имидж	УК-1.4 ПК-1.1.

4 МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

1. Положение о текущем контроле и промежуточной аттестации обучающихся, осваивающих образовательные программы высшего образования – программы бакалавриата, программы специалитета, программы магистратуры СМК-П-02.01-04-21 / разраб. Т.А. Лашина. – Зерноград: Азово-Черноморский инженерный институт ФГБОУ ВО Донской ГАУ, 2021. – 15 с.

2. Положение о проведении текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий в условиях усиления санитарно-эпидемиологических мероприятий. СМК-П-02.01-01-20 / разраб. Т.А. Лашина. – Зерноград: Азово-Черноморский инженерный институт ФГБОУ ВО Донской ГАУ, 2020. – 8 с.

3. Рабочая программа дисциплины ФТД.03 «Паблик рилейшнз и репутационный капитал предприятия» по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» / разраб. Т.М. Зуева. - Зерноград: Азово-Черноморский инженерный институт ФГБОУ ВО Донской ГАУ, 2026. – 23 с.