

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«РЯЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ РАДИОТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ИМЕНИ В.Ф. УТКИНА»

Кафедра «Государственного, муниципального и корпоративного управления»

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

**Связи с общественностью  
в органах власти**

Направление подготовки  
38.03.04 «Государственное и муниципальное управление»

Направленность (профиль) подготовки – Информационные технологии в  
государственном и муниципальном управлении

Квалификация выпускника - бакалавр

Формы обучения – очная

Рязань

## 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Оценочные материалы – это совокупность учебно-методических материалов (контрольных заданий, описаний форм и процедур), предназначенных для оценки качества освоения обучающимися данной дисциплины как части ОПОП ВО.

Цель – оценить соответствие знаний, умений и уровня приобретенных компетенций обучающихся целям и требованиям основной образовательной программы в ходе проведения промежуточной аттестации.

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета. В билет включается 10 тестовых вопросов и три практико-ориентированных задания открытого типа.

## 2. ПАСПОРТ ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Контролируемые разделы (темы) дисциплины (результаты по разделам)	Код контролируемой компетенции (или её части)	Наименование оценочного средства
Тема 1. Роль дисциплины «Связи с общественностью» в современном обществе	ОПК-7.3, ОПК-8.2	Зачет
Тема 2. Коммуникация как процесс и структура	ОПК-7.3, ОПК-8.2	Зачет
Тема 3. Понятие корпоративного имиджа	ОПК-7.3, ОПК-8.2	Зачет
Тема 4. Правовое и этическое обеспечение деятельности в сфере связей с общественностью	ОПК-7.3, ОПК-8.2	Зачет
Тема 5. Основные организационные структуры в связях с общественностью	ОПК-7.3, ОПК-8.2	Зачет
Тема 6. Сущность и особенности коммуникативных процессов в политике	ОПК-7.3, ОПК-8.2	Зачет
Тема 7. Политическое консультирование и политический консультант	ОПК-7.3, ОПК-8.2	Зачет
Тема 8. Связи с общественностью в государственных структурах. Особенности связей с общественностью в местных органах власти	ОПК-7.3, ОПК-8.2	Зачет

## 3. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

Сформированность каждой компетенции в рамках освоения данной дисциплины оценивается по трехуровневой шкале:

- 1) пороговый уровень является обязательным для всех обучающихся по завершении освоения дисциплины;
- 2) продвинутый уровень характеризуется превышением минимальных характеристик сформированности компетенций по завершении освоения дисциплины;
- 3) эталонный уровень характеризуется максимально возможной выраженностью компетенций и является важным качественным ориентиром для самосовершенствования.

*а) описание критериев и шкалы оценивания тестирования:*

Шкала оценивания	Критерий
5 баллов (эталонный уровень)	уровень усвоения материала, предусмотренного программой: процент верных ответов на тестовые вопросы от 85 до 100%
4 балла (продвинутый уровень)	уровень усвоения материала, предусмотренного программой: процент верных ответов на тестовые вопросы от 75 до 84%
3 балла (пороговый уровень)	уровень усвоения материала, предусмотренного программой: процент верных ответов на тестовые вопросы от 65 до 74%
0 баллов	уровень усвоения материала, предусмотренного программой: процент верных ответов на тестовые вопросы от 0 до 64%

б) описание критериев и шкалы оценивания практико-ориентированного задания открытого типа:

Шкала оценивания	Критерий
5 баллов (эталонный уровень)	Студент в полном объеме ответил на вопрос, дал аргументированные пояснения, показал способности логично излагать материал, ответил на все дополнительные вопросы преподавателя
3 балла (продвинутый уровень)	Студент в достаточном объеме ответил на вопрос, на наводящие комментарии реагировал адекватно, продолжая логику изложения, ответил на дополнительные вопросы преподавателя
1 балла (пороговый уровень)	Студент ответил на вопрос частично, на наводящие вопросы не смог ответить, не ответил на дополнительные вопросы преподавателя
0 баллов	Студент не отвечал на вопрос

На зачете выносятся тест, 2 практических контрольных вопроса, 3 задачи и 1 теоретический вопрос. Студент может набрать максимум 35 баллов. Итоговый суммарный балл студента, полученный при прохождении промежуточной аттестации, переводится в традиционную форму по системе «зачтено» / «не зачтено».

Шкала оценивания	Критерий	
зачтено	8 – 20 баллов	Обязательным условием является выполнение всех предусмотренных в течение семестра заданий (на практических работах и при самостоятельной работе)
Не зачтено	0 – 7 баллов	Студент не выполнил всех предусмотренных в течение семестра текущих заданий (на практических работах и при самостоятельной работе)

#### 4. ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ИЛИ ИНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

Коды компетенций	Содержание компетенций
ОПК-7	Способен осуществлять внутриорганизационные и межведомственные коммуникации, обеспечивать взаимодействие органов власти с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации
ОПК-7.3	Владеет инструментами взаимодействия органов власти со средствами массовой информацией

а) типовые тестовые вопросы:

Вопрос 1. PR-это использование информации для влияния на:

1. +общественное мнение
2. государственные органы власти
3. средства массовой информации
4. покупателей

Вопрос 2. С какого времени управление общественными отношениями (PR) считается элементом цивилизованных отношений власти и общества?

1. с конца XX века
2. с начала XIX века
3. с начала XX века
4. с начала XXI века

Вопрос 3. Что используется в PR для влияния на общественное мнение?

- 1.+ информация
2. законодательные акты
3. коммерческие организации
4. подручные средства.

Вопрос 4. Кем впервые официально был использован термин "Паблик Рилейшнз"?

1. Деном Форрестолом
2. +Томасом Джефферсоном
3. Джоржем Бушем младшим
4. Семом Блейком

Вопрос 5. Что является главной целью PR?

- 1.+ изменение общественного мнения
2. повышение уровня продаж
3. доведение информации до потребителей
4. повышение рейтинга компании

Вопрос 6. Что является объектом PR?

1. +средства массовой информации
2. общество
3. информация
4. коммерческие организации

Вопрос 7. Что из перечисленного ниже не является субъектом PR?

1. религиозные организации
2. +общество
3. органы государственной власти
4. бизнес организации

Вопрос 8. Какая функция из перечисленных ниже не свойственна PR:

1. формирование имиджа
2. изучение общественного мнения
3. анализ экономической деятельности предприятия
4. +исследование отношений в организации

Вопрос 9. Какая модель информационной политики не существует:

1. тоталитарная
2. +релятивистская
3. дисциплинарная
4. диалоговая

Вопрос 10. Является ли создание новых рабочих мест задачей государственной информационной политики? \_\_ Нет

Вопрос 11. Относится ли к этапам планирования PR акции оценка программы? \_\_ Нет

Вопрос 12. Что такое PR? – это особая управленческая деятельность, направленная на установление взаимовыгодных, гармоничных отношений между организацией и общественностью

Вопрос 13. Основными средствами передачи информации в PR коммуникациях являются: средства массовой информации

Вопрос 14. Что является средством массовой информации? \_ Телевидение, телеграфное агентство, радио

Вопрос 15. Что является видом PR материалов для публикации в прессе? \_\_ Новостной релиз, пресс-релиз

*б) практико-ориентированные задания открытого типа:*

Задание 1. Определите средство массовой информации для целевой аудитории пенсионеры.  
Телевидение, Радио, Пресса

Задание 2. Какими кодексами надо руководствоваться в PR деятельности сотрудникам в случае возникновения спорных ситуаций в пресс службе городской администрации?

Кодекс ИПРА (IPRA)

Кодекс этики государственных служащих

Гражданский кодекс

Административный кодекс

Задание 3. Если пресс служба организации неэтично высказалась о конкурентах, то это противоречит чему?  
\_ Кодексу профессиональной этики Российских журналистов.

Задание 4. Новый сотрудник пресс службы нарушил профессиональный стандарт поведения специалистов PR. Какие НПА надо ему изучить? \_ Кодексы профессионального поведения

Задание 5. При проведении PR кампании по организации зеленой зоны для жителей микрорайона какой вопрос надо решить службами PR в первую очередь? \_ Анализ эффективности результатов PR кампании

Задание 6. Поступил заказ на проведение мероприятия «за чистый парк». Что надо согласовать с заказчиком? \_ План-график проведения PR мероприятий и PR бюджет"

Задание 7. Бюджет PR кампании - это сумма, которую закладывает организация на осуществление PR деятельности. Как определить эту сумму? - Сформировать PR бюджет

Задание 8 Поступил заказ на организацию PR кампании политической партии на выборах. Определите этапы последовательности действий. \_ Определение PR проблемы - планирование PR кампании - выбор общественных групп - проведение PR кампании - анализ эффективности PR кампании

Задание 9 Поступил заказ на организацию PR кампании политической партии на выборах. Что относится к одной из самых важных задач PR специалистов? - Сформулировать проблему и убедить руководство предпринять необходимые меры по предотвращению проблемы, до того, как она перерастет в настоящий кризис

Задание 10 Поступил заказ на организацию PR кампании политической партии на выборах. Можно ли допустить возникновение у аудитории ощущение навязывания информации при проведении рекламной кампании? \_ Иногда допустимо

Задание 11 Поступил заказ на организацию социальной рекламы. На что надо ориентироваться при его реализации? Какую цель определить? \_ Реклама направлена на благотворительные цели

Задание 12 Заказчик сомневается в целесообразности запуска рекламы. Подберите аргумент самый убедительный. \_ Реклама стимулирует покупателей покупать товары и соответственно увеличивает прибыль.

Задание 13 Поступил заказ на формирование оригинального имиджа организации?. С чего начать? \_ Разработка положения PR служб коммерческого предприятия и определением внутренних задач

Задание 14. В пресс службе городской администрации завершается этап планирования мероприятия, приуроченного к знаменательной дате. Какой заключительный этап надо провести? \_\_ Исследование

Задание 15 Поставлена задача сформировать устойчивый образ организации в представлении молодежной целевой аудитории. Дайте рекомендации по выбору технологий. \_ Информационно-коммуникационные.

Задание 16 Какие технологии обязаны использовать государственные организации для поддержания своего имиджа? \_ Информационно-аналитические.

Задание 17. Как можно сформулировать одну из задач государственного PR? \_ Обеспечение населения регулярной информацией о политике, планах и достижениях органов власти.

Задание 18. Руководитель поставил задачу провести полевое исследование о мнении избирателей по актуальному заданию. Что надо организовать подчиненным? \_\_ Анкетный опрос

Задание 19. Поступил заказ на проведение исследования общественного мнения по важному заданию. Какова последовательность этапов исследования? \_ Определение цели исследования - разработка программы исследований - сбор информации - анализ информации - формулировка выводов

Задание 20. Поступил заказ на проведение исследования общественного мнения по важному заданию. Бюджет заказчика не ограничен. Какое исследование можно ему предложить? \_ Анкетный опрос

Задание 21 . Необходимо провести исследование. Но действуют карантинные методы ограничения. Какой вариант исследования можно провести? \_ Кабинетные исследования

Задание 22. Информационный повод пресс-конференции главы города должен быть интересным и привлекательным. На кого прежде всего надо ориентироваться? Какую аудиторию? \_ Журналистов

Задание 23. Нового сотрудника попросили организовать пресс-тур. Что он в себя включает? \_ Организованный выезд журналистов в регион с целью ознакомления их с работой организации или местных органов власти

Задание 24. Нового сотрудника попросили составить пресс-релиз. Что он в себя включает? \_ Краткое сообщение о мероприятии с приглашением на него журналистов

Задание 25. Пресс-службе губернатора надо подготовить сообщение по актуальному вопросу в условиях отсутствия самого губернатора. Кто должен представлять губернатора на пресс-конференции? \_ Пресс-секретарь.

<i>Коды компетенций</i>	<i>Содержание компетенций</i>
ОПК-8	Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности
ОПК-8.2	Использует принципы работы современных информационных технологий при решении задач профессиональной деятельности

*а) типовые тестовые вопросы:*

Вопрос 1. PR-это использование информации не для влияния на:

1. общественное мнение
2. +государственные органы власти
3. +средства массовой информации
4. + покупателей

Вопрос 2. До какого времени управление общественными отношениями (PR) не считалось элементом цивилизованных отношений власти и общества?

1. с конца XX века
2. с начала XIX века
3. + начала XX века
4. с начала XXI века

Вопрос 3. Что не используется в PR для влияния на общественное мнение?

1. информация
2. +законодательные акты
3. +коммерческие организации
4. +подручные средства.

Вопрос 4. Кто не имеет отношения к использованию термина "Паблик Рилейшнз"?

1. +Деном Форрестолом
2. Томасом Джефферсоном
3. +Джоржем Бушем младшим

4. +Семом Блейком

Вопрос 5. Что не является целью PR?

1. изменение общественного мнения
- 2.+ повышение уровня продаж
3. +доведение информации до потребителей
4. +повышение рейтинга компании

Вопрос 6. Что не является объектом PR?

1. средства массовой информации
2. +общество
3. +информация
- 4.+ коммерческие организации

Вопрос 7. Что из перечисленного является субъектом PR?

1. +религиозные организации
2. общество
3. +органы государственной власти
4. +бизнес организации

Вопрос 8. Какая функция из перечисленных ниже свойственна PR:

1. +формирование имиджа
2. +изучение общественного мнения
3. +анализ экономической деятельности предприятия
4. исследование отношений в организации

Вопрос 9. Какая модель информационной политики существует:

1. +тоталитарная
2. релятивистская
3. +дисциплинарная
4. +диалоговая

Вопрос 10. Является ли создание новых рабочих мест для IT –сферы задачей государственной информационной политики? \_\_ Нет

Вопрос 11. Относится ли к этапам планирования PR акции оценка информационно-аналитической программы? \_\_ Нет

Вопрос 12. Что такое информационные технологии в PR? – это особая управленческая деятельность, направленная на установление взаимовыгодных, гармоничных отношений между организацией и общественностью с помощью современных средств обработки информации.

Вопрос 13. Что не является основным средством передачи информации в PR коммуникациях? \_ «сарафанное радио»

Вопрос 14. Что может являться средством массовой информации с использованием информационных технологий? \_ Телевидение, радио

Вопрос 15. Что не является видом PR материалов для публикации в прессе? \_\_Новости погоды

*б) практико-ориентированные задания открытого типа:*

Задание 1. Определите средство массовой информации в Администрации сельского поселения для оперативного взаимодействия с местными жителями? \_ мессенджеры

Задание 2. Какие информационные технологии может использовать администрация при общении с жителями? – сайт, соцсети

Задание 3. Если пресс служба организации неэтично высказалась о конкурентах, то как лучше исправить ситуацию? \_ Опубликовать информацию в мессенджерах.

Задание 4. Новый сотрудник пресс службы нарушил профессиональный стандарт поведения специалистов PR в публичном пространстве. Что делать? Опубликовать информацию с извинениями/опровержениями в мессенджерах.

Задание 5. Какие информационные технологии позволяют оперативно реагировать на жалобы жителей? \_ соц сети.

Задание 6. Как Администрации МО оперативно решить вопросы выбора места для благоустройства с помощью информационных технологий? \_ создать опрос в соцсетях и на сайте

Задание 7. Как можно использовать информационные технологии для повышения оперативности реагирования на тот или иной вопрос жителей? \_ заранее создать шаблоны писем.

Задание 8. Что нужно использовать для повышения эффективности обработки запросов граждан и мониторинга обращений? - информационные технологии

Задание 9. Как повысить оперативность ответа на запросы граждан по актуальным вопросам? – использовать информационные технологии при межведомственном взаимодействии

Задание 11 . При проведении PR кампании по выбору/планированию зеленой зоны для жителей микрорайона какой вопрос надо решить службами PR в первую очередь? \_ Анализ информационного взаимодействия.

Задание 12. Поступил заказ на проведение эко мероприятия «за чистый парк» . Как быстро проинформировать жителей и собрать команду волонтеров? \_ Разместить информацию в соцсетях, мессенджерах и на сайте

Задание 13. Бюджет PR кампании - это сумма, которую закладывает организация на осуществление PR деятельности в мессенджерах. Что обязательно надо учесть в расходах? \_ затраты на использование IT – технологий.

Задание 14. Поступил заказ на организацию PR кампании политической партии на выборах. На каком этапе эффективнее всего применять информационные технологии? \_ анализ результатов.

Задание 15. Поступил заказ на организацию PR кампании политической партии на выборах. Что относится к одной из самых важных задач IT специалистов? \_ Охватить максимальную аудиторию в интернете.

Задание 16. Поступил заказ на организацию PR кампании политической партии на выборах. Как можно ли избежать возникновения у аудитории ощущение навязывания информации при проведении рекламной кампании? \_ Грамотно структурировать целевую аудиторию с помощью информационно-аналитических технологий.

Задание 17. Поступил заказ на организацию социальной рекламы в Администрации МО. Как охватить максимально аудиторию? \_ Разместить в соцсетях, мессенджерах и на сайте

Задание 18. Заказчик сомневается в целесообразности запуска рекламы в соцсетях. Подберите аргумент самый убедительный. \_ Реклама стимулирует покупателей покупать товары и соответственно увеличивает прибыль, а соцсети позволят сделать максимальный охват целевой аудитории.

Задание 19. Поступил заказ на формирование оригинального имиджа организации?. С чего начать? Разработка положения PR служб коммерческого предприятия и определением внутренних задач

Задание 20. В пресс службе городской администрации завершается этап планирования мероприятия, приуроченного к знаменательной дате. Заключительный этап -исследование. Что эффективнее всего использовать? \_ Информационные технологии.

Задание 21. Поставлена задача сформировать устойчивый образ организации в представлении молодежной целевой аудитории. Дайте рекомендации по выбору стратегии размещения информации. \_ В максимально доступной и простой к восприятию форме в соцсетях и мессенджерах.

Задание 22. Какие информационные технологии можно применить для регистрации участников совещания в Администрации губернатора? \_ Онлайн регистрация, например, через Яндекс форму

Задание 23. Какие СМИ можно рассматривать для проведения анализа общественного мнения по вопросу раздельного сбора мусора молодежью? \_ Интернет- издания

Задание 24. Поступил запрос на формирование политики патриотического воспитания среди школьников. Какие средства информационного взаимодействия будут наиболее востребованы? \_ Соц сети, мессенджеры

Задание 25. В чем преимущества сети Интернет для PR? \_ В возможности общаться с большим числом потребителей и работе с целевой аудиторией.

Оператор ЭДО ООО "Компания "Тензор"

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

СОГЛАСОВАНО

**ФГБОУ ВО "РГРТУ", РГРТУ**, Перфильев Сергей Валерьевич,  
Заведующий кафедрой ГМКУ

Простая подпись