Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Крылова Людмила Вячеславовна
Должность: Проректор по учебно-методической работе
Дата подписания: 27.10.2026 20:39:11
Уникальный программный ключ:
b066544bae1e449cd8bfce392f7224a676a271b2

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ЭКОНОМИКИ И ТОРГОВЛИ ИМЕНИ МИХАИЛА ТУГАН-БАРАНОВСКОГО»

Кафедра маркетинга и торгового дела

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой маркетинга и торгового дела

_____ И.М. Рвачева
(подпись)
«17» февраля 2026 г.

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

Б1.В.ДВ.13.01 Паблик рилейшинз
(шифр и наименование учебной дисциплины)

Направление подготовки 38.03.01 Экономика
(код, наименование)
Рекламный бизнес

Разработчик:

доцент _____ И.В. Сошенко
(должность) (подпись) (ФИО)

Оценочные материалы рассмотрены и утверждены на заседании кафедры от «17» февраля 2026 г., протокол № 14

Донецк 2026г.

Паспорт
оценочных материалов по дисциплине «Паблик рилейшнз»

Таблица 1 - Перечень компетенций, формируемых в результате освоения дисциплины

№ п/п	Код и наименование контролируемой компетенции	Контролируемые разделы (темы) дисциплины, практики*	Этапы формирования (семестр изучения)
1	2	3	4
1	ПК-3. Способность к разработке, внедрению и совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций в организации	Тема 1. PR в бизнесе и обществе Тема 2. PR: происхождение и развитие Тема 3.Работа PR-специалистов с основными группами общественности Тема 4. Исследования в PR Тема 5. Менеджмент паблик рилейшнз Тема 6. Основные направления деятельности паблик рилейшнз Тема 7. Стратегии PR-деятельности в печатных СМИ Тема 8. Стратегии PR-деятельности в электронных СМИ Тема 9. PR-стратегии в Internet Тема 10. PR в условиях кризиса	7

Таблица 2.1 - Показатели и критерии оценивания компетенций, описание шкал оценивания

№ п/п	**Код контролируемой компетенции**	**Код и наименование индикатора достижения компетенции**	**Контролируемые разделы (темы) дисциплины, практики**	**Наименование оценочного средства**
1	2	3	4	5
1.	ПК-3. Способность к разработке, внедрению и совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций в организации	ИДК-2$_{ПК3}$ Проводить внутренние и внешние коммуникационные кампании; улучшать бизнес-процессы организации в области коммуникационной политики, проводить анализ результативности коммуникационной политики.	Тема 1. PR в бизнесе и обществе	доклад, собеседование (дискуссия)
			Тема 2. PR: происхождение и развитие	доклад, собеседование (дискуссия), кейс-задачи
			Тема 3.Работа PR-специалистов с основными группами общественности	доклад, доклад, собеседование (дискуссия), тестирование, текущий модульный

№ п/п	Код контролируемой компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Контролируемые разделы (темы) дисциплины, практики	Наименование оценочного средства
1	2	3	4	5
				контроль
		ИДК-$З_{ПКЗ}$ Разработка системы маркетинговых коммуникаций в организации, подготовка рекомендаций по совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций для принятия управленческих решений	Тема 4. Исследования в PR	доклад, собеседование (дискуссия)
			Тема 5. Менеджмент паблик рилейшнз	доклад, собеседование (дискуссия)
			Тема 6. Основные направления деятельности паблик рилейшнз	доклад, доклад, собеседование (дискуссия), тестирование, текущий модульный контроль
			Тема 7. Стратегии PR-деятельности в печатных СМИ	доклад, собеседование (дискуссия), кейс-задачи
			Тема 8. Стратегии PR-деятельности в электронных СМИ	доклад, собеседование (дискуссия)
			Тема 9. PR-стратегии в Internet	доклад, доклад, собеседование (дискуссия), кейс-задачи
			Тема 10. PR в условиях кризиса	тестирование, текущий модульный контроль

Таблица 2.2 – Критерии и шкала оценивания по оценочному материалу «Дискуссия (собеседование)»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерии оценивания
1	2
5-4	Ответ дан на высоком уровне (обучающийся в полной мере ответил на поставленный вопрос, привел аргументы в пользу своих суждений, владеет профильным понятийным (категориальным) аппаратом и т.п.)
3-2	Ответ дан на среднем уровне (обучающийся в целом ответил на поставленный вопрос, привел аргументы в пользу своих суждений, допустив некоторые неточности и т.п.)
1	Ответ дан на низком уровне (обучающийся допустил существенные неточности, с ошибками, и т.п.)
0	Ответ дан на неудовлетворительном уровне или не дан вовсе

	(обучающийся не готов, затрудняется ответить и т.п.)

Таблица 2.3 – Критерии и шкала оценивания по оценочному материалу «Доклад»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерии оценивания
1	2
5-4	Доклад представлен на высоком уровне (обучающийся полно осветил рассматриваемую проблематику, привел аргументы в пользу своих суждений, владеет профильным понятийным (категориальным) аппаратом и т.п.)
3-2	Доклад представлен на среднем уровне (обучающийся в целом осветил рассматриваемую проблематику, привел аргументы в пользу своих суждений, допустив некоторые неточности и т.п.)
1	Доклад представлен на низком уровне (обучающийся допустил существенные неточности, изложил материал с ошибками, не владеет в достаточной степени профильным категориальным аппаратом и т.п.)
0	Доклад представлен на неудовлетворительном уровне или не представлен (обучающийся не готов, не выполнил задание и т.п.)

Таблица 2.4 – Критерии и шкала оценивания по оценочному материалу «Тесты»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
1	2
4-6	ответы на тестовые задания показали высокий уровень знаний (правильные ответы даны на 90-100 % вопросов/задач)
3-2	ответы на тестовые задания показали средний уровень знаний (правильные ответы даны на 75-89 % вопросов/задач)
1	ответы на тестовые задания показали низкий уровень знаний (правильные ответы даны на 60-74 % вопросов/задач)
0	ответы на тестовые задания показали неудовлетворительный уровень знаний (правильные ответы даны менее чем 60 %)

Таблица 2.5 – Критерии и шкала оценивания по оценочному материалу «Кейс-задача»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
5	Кейс-задача выполнена на высоком уровне (даны правильные ответы на 90-100% вопросов/задач)
3-4	Кейс-задача выполнена на среднем уровне (даны правильные ответы на 75-89% вопросов/задач)
1-2	Кейс-задача выполнена на низком уровне (даны правильные ответы на 60-74% вопросов/задач)

0	Кейс-задача выполнена на неудовлетворительном уровне (даны правильные ответы на 0-59% вопросов/задач)

Таблица 2.6 – Критерии и шкала оценивания по оценочному материалу «Текущий модульный контроль (аудиторная письменная работа)»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
1	2
7-8	аудиторная письменная работа выполнена на высоком уровне (правильные ответы даны на 90-100 % вопросов)
3-6	аудиторная письменная работа выполнена на среднем уровне (правильные ответы даны на 75-89 % вопросов)
1-2	аудиторная письменная работа выполнена на низком уровне (правильные ответы даны на 60-74 % вопросов)
0	аудиторная письменная работа выполнена на неудовлетворительном уровне (правильные ответы даны менее чем 60 % вопросов)

Таблица 3 - Перечень оценочных материалов

№ п/п	Наименование оценочного материала	Краткая характеристика оценочного материала	Представление оценочного материала
1	2	3	4
1.	Дискуссия, собеседование	Средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой учебной дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по учебной дисциплине или определенному разделу, теме, проблеме и т.п.	Вопросы по темам учебной дисциплины
2.	Доклад	Продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы	Темы докладов
3.	Тесты	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.	Фонд тестовых заданий
4.	Кейс-задача	Проблемное задание, в котором обучающемуся предлагают осмыслить реальную профессионально- ориентированную ситуацию, необходимую для решения данной проблемы.	Задания для решения кейс-задачи
5.	Текущий модульный контроль (аудиторная письменная работа)	Средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме, разделу или учебной дисциплине.	Комплект контрольных заданий по вариантам

Примеры типовых контрольных заданий по каждому оценочному материалу

Примеры типовых заданий по оценочному материалу «Тесты»

1. Что означают средства массовой информации?

а) Самостоятельная индустрия, нацеленная на формирование общественного мнения с использованием организационно-технических комплексов.

б) Динамичная взаимосвязанная система совокупных элементов комплексного многофакторного анализа кризисной среды.

в) Комплекс совокупных мер, побуждающих к активным действиям, связанных с удовлетворением потребностей.

г) Совокупность коммерческих связей в целях обмена товара на деньги.

2. Что такое пресса?

а) Совокупность фирм и компаний, производящих многообразные услуги в целях удовлетворения запросов PR-рынка.

б) Мощная индустрия по производству массовых периодических печатных изданий.

в) Сообщение, подготовленное специалистами PR-службы, содержащее важную новость для широкой аудитории.

г) Перечень предлагаемых товаров и услуг.

3. Укажите телерадиокомпании, действующие в России:
а) государственные;
б) корпоративные;
в) с присутствием иностранного капитала;
г) негосударственные.

4. Какова главная задача СМИ?
а) Освещать в прессе, на радио и телевидении важнейшие события в нашем обществе с позиций нейтральных критиков.
б) Размещать по инициативе отдельных лиц различного рода информацию.
в) Подготавливать, организовывать, корректировать событие с соответствующим позиционированием.
г) Блокировать импульсы положительных перемен в обществе.

5. Укажите, что означает лоббирование:
а) столкновение противоположных позиций, мнений, оценок и идей, которые люди пытаются разрешить с помощью действий или эмоционального убеждения;
б) комплекс действенных мер социальных институтов по воздействию на государство и законодательство для достижения намеченных целей в области государственных поощрений и поддержки;
в) новая, неоднозначная ситуация, требующая принятия срочных и трудных решений и установления в сжатые сроки тесных коммуникаций со средствами массовой информации;
г) поддержка интересов представителей малого и среднего предпринимательства.

6. Отметьте главную цель лоббирования:
а) достижение соглашения на основе обмена информацией, определенными позициями;
б) своевременное предотвращение в сознании общественности негативного впечатления о компании, которое уменьшает рейтинг популярности и имидж;
в) закрепление в принимаемых нормативных, законодательных актах частных интересов различных групп и организаций по получению государственных дотаций, социальных льгот, международных инвестиций;
г) предотвращение банкротства известной фирмы.

7. PR - это...
а) функция управления, способствующая установлению и поддержанию общения, взаимопонимания, расположения и сотрудничества между организацией и ее общественностью;
б) наука установления эффективных коммуникаций для совершения торговой сделки;
в) форма деятельности, направленная на удовлетворение потребностей.

8. Из перечисленных задач PR-службы не являются внутренними...
а) подготовка внутрикорпоративных мероприятий;
б) разработка рекомендаций по формированию имиджа;
в) установление контактов со СМИ;
г) профилактика конфликтов, снижение текучести кадров.

9. Из указанных качеств не относятся к профессиональным качествам PR-специалиста...
а) основы PR;
б) общительность;

в) навыки общения со СМИ;
г) управление проектами.

10. Классификационный справочник должностей руководителей, специалистов и других служащих дополнен такими новыми должностями, как...
а) заместитель PR-директора;
б) менеджер по рекламе;
в) PR-менеджер;
г) начальник отдела по защите информации;
д) начальник PR-отдела;
е) PR-специалист.

11. Всю поступающую информацию можно разделить на такие два направления, как...
а) мониторинг прессы;
б) информационные каналы;
в) информационные источники;
г) справочная и специальная литература.

12. К информационным каналам не относится... а) персона;
б) журналист;
в) переговоры;
г) выставки;
д) интервью.

13. Корпоративную культуру компании создает...
а) персонал компании;
б) вышестоящая организация;
в) руководитель компании.

8. Из перечисленного элементом корпоративного стиля организации не является...
а) корпоративные предпочтения в одежде;
б) понимание целей организации;
в) профессиональная лексика и условные обозначения;
г) организация рабочего времени персонала.

14. Наиболее эффективным средством информирования персонала компании являются...
а) конференции;
б) круглый стол;
в) выступления руководителя компании;
г) внутрикорпоративные издания.

15. Корпоративные издания могут служить целям...
а) внутреннего PR;
б) внешнего PR;
в) внутреннего и внешнего PR.

16. Специальные мероприятия в компании проводятся для...
а) распространения положительного отношения и сведений вне компании;
б) информирования взаимоотношений между руководством и персоналом;
в) продвижения идей, услуг, товаров.

17. Главный принцип «круглого стола» - это...
а) равенство всех участников;
б) разделение участников на слушателей и выступающих.

18. Из перечисленных параметров для оценки PR-деятельности не используется...
а) объем продаж;
б) количество подготовленных информационных продуктов;
в) количество изменений, произошедших в результате получения информационных продуктов.

19. Что входит в структуру оперативного PR-плана?
а) Изложение маркетинговых целей и задач в расчете на пять лет.
б) Расшифровка задач, которые необходимо решить непосредственно механизмами PR.
в) Обоснование и разработка перспективной системы стимулирования сбыта.
г) Реализация конкретной PR-программы.

20. Укажите последовательность основных этапов PR-программы.
а) Обоснование целей и задач.
б) Обоснование бюджета PR-программы.
в) Мониторинг СМИ и общественного мнения.
г) Оценка эффективности программы.

Примеры типовых заданий по оценочному материалу «Доклад» (примерная тематика):

1. Определение деятельности по связям с общественностью.
2. Связи с общественностью и близкая к ним деятельность. Пресс-посредничество и паблисити.
3. Связи с общественностью и близкая к ним деятельность. Продвижение и реклама.
4. Связи с общественностью и близкая к ним деятельность. Маркетинг и торговля.
5. Функции и принципы связей с общественностью.
6. Предыстория развития связей с общественностью до начала XIX века.
7. Становление первых форм деятельности по связям с общественностью в США в XIX в. Предпосылки возникновения деятельности по связям с общественностью.
8. Деятельность по связям с общественностью как профессиональное занятие. Первые PR-фирмы и профессионалы-пиэрмены в начале XX века.
9. Современное состояние деятельности по связям с общественностью. Глобализация в PR-деятельности. Международные ассоциации и организации по связям с общественностью.
10. Современное состояние деятельности по связям с общественностью. Исторический обзор развития деятельности по связям с общественностью
11. Составляющие процесса управления. Определение проблемы в сфере связей с общественностью.
12. Составляющие процесса управления. Планирование и программирование деятельности по связям с общественностью.
13. Составляющие процесса управления. PR-акции.
14. Составляющие процесса управления. Коммуникации в реализации программ по связям с общественностью.
15. Составляющие процесса управления. Оценка PR-программы.
16. Место, цели, задачи, принципы организации подразделения по связям с общественностью в органах государственной власти. PR-структуры в учреждениях власти
17. Подразделения по связям с общественностью в коммерческих структурах, ее цели, задачи.

18. Деятельность, цели и задачи специализированной структуры (фирмы) по связям с общественностью.
19. Принципы построения подразделения по связям с общественностью. Размер организации и объем PR-функций.
20. Принципы построения подразделения по связям с общественностью. Преимущества и недостатки в использования собственного PR-подразделения и обращения к независимой организации по связям с общественностью.
21. Понятие общественности. Типология групп общественности.
22. Общественность и ее мнение. Суть общественного мнения.
23. Изучение общественного мнения. Типы исследований общественного мнения.
24. Борьба за внимание общественности. Влияние на общественность. Вопросы этики в деятельности по связям с общественностью.
25. Основы взаимоотношений с прессой при организации связей с общественностью. Критерии выбора печатных средств массовой информации.
26. Основы взаимоотношений с прессой. Пресс-конференции и брифинги, их назначение и подготовка к проведению.
27. Основы взаимоотношений с прессой. Пресс-релизы, их назначение и особенности распространения.
28. Основы взаимоотношений с прессой. Организация работы пресс-центра и проведение и пресс-туров.
29. Конкретные технологии связей с общественностью. Организация и проведение выставок.
30. Конкретные технологии связей с общественностью. Организация и проведение конференций.
31. Распространение слухов как форма подачи информационно-новостных материалов.
32. Публичные выступления, их назначение и правила подготовки.
33. Управление информацией. Виды, механизмы и правила управления информацией.
34. Технологии создания и усиления значения новостей. Создание дополнительного веса новости.
35. Связи с общественностью в кризисных ситуациях. Типология кризисов.
36. Основные причины возникновения кризисных ситуаций на предприятиях и в организациях.
37. Профилактика возникновения кризисных ситуаций. Участие специалистов по связям с общественностью в прогнозировании и преодолении кризисных ситуаций.
38. Правила поведения в кризисных ситуациях. Работа с целевыми аудиториями в условиях ЧП.
39. Понятие «имидж» в сфере связей с общественностью. Составляющие имиджа.
40. Технологии создания и поддержания имиджа организации.

Примеры типовых заданий по оценочному материалу <u>кейс-задача</u>

Задание 1. Проанализируйте отечественный и зарубежный рынки ПР-услуг. Подготовьте справку-перечень услуг, предоставляемых:

- российскими ПР-агентствами;
- зарубежными ПР-агентствами.

Сделайте выводы о позиционировании ПР-агентств на рынке ПР-услуг.

Задание 2. Изучите принципы эффективного ПР–сообщения. Составьте короткие ПР – обращения в соответствии с конкретной социальной проблемой: а) опасность курения для молодежи; б) загрязнение окружающей среды; в) уничтожение растений, занесенных в Красную книгу. Обоснуйте свой ответ и результаты оформите в рабочем журнале.

Задаиие 3. Выберите средства, наиболее подходящие для передачи следующих ПР – обращений внутриорганизационного характера: а) информирование о результатах

отраслевого рейтинга; б) сообщение сотрудникам о новых исследованиях и разработках организации; в) задержка выплаты заработной платы; г) разрешение межличностного конфликта. Обоснуйте свой ответ.

Задание 4. Руководство производственного предприятия «Домашний текстиль» с целью демонстрации товара и поиска новых посредников планирует принять участие в выставке. Разработайте план поэтапной подготовки к участию в выставке. Результаты оформите в рабочем журнале.

3. Методические рекомендации по оценочному материалу

1) При выполнении тестовых заданий необходимо:

1. Оформить титульный лист работы, указав:

- название дисциплины;
- направлений подготовки, курс, группу, Ф.И.О.;
- вариант задания.

2. Ответить на все тестовые вопросы.

Тестовые задания охватывают вопросы по всем темам, которыеизучаются данной дисциплиной. Среди видов тестовых заданий, предложенных в рамках выполнения письменного аудиторной работы, следует отметить следующие: тесты, направленные на оценку усвоения основных понятий, терминов, определений изучаемой дисциплины; тесты, направленные на оценку полноты знаний лекционного материала; тесты, направленные на оценку глубины знаний студентами вопросов, которые преподаются в рамках дисциплины (знания дополнительной рекомендуемой литературы).

2) В ходе выполнения доклада студент должен провести самостоятельную работу с основной и дополнительной литературой, осветить рассматриваемую проблематику, привести аргументы в пользу своих суждений, продемонстрировать владение профильным понятийным аппаратом. Примерный объем доклада составляет пять страниц формата А4.

3) При выполнении контрольной работы студент должен:

1. Оформить титульный лист работы, указав:

- название дисциплины;
- направлений подготовки, курс, группу, Ф.И.О;
- вариант задания.

2. Выполнить работу в той последовательности, в которой указаны номера заданий варианта.

3. Раскрыть ёмко и точно суть теоретического вопроса.

4. Решение задач должно в обязательном порядке сопровождаться формулами, аналитическими расчетами и логическими объяснениями.

5. Задачи, не имеющие последовательно представленного решения (есть только ответ) и обоснованных выводов является не решенными.

6. Все показатели, в случае необходимости, должны иметь единицы измерения.

7. Работа должна быть оформлена аккуратно, написана разборчиво, чисто и без помарок.

8. Обязательным элементом, подтверждающий качество усвоения студентом изучаемой дисциплины, является представление обоснованных и объективных выводов по результатам решенной задачи.

4) Решение кейс-задач должно в обязательном порядке сопровождаться формулами, аналитическими расчетами и логическими объяснениями.

Кейс-задачи, не имеющие последовательно представленного решения (есть только ответ) и обоснованных выводов является не решенными. Все показатели, в случае необходимости, должны иметь единицы измерения.

Обязательным элементом, подтверждающий качество усвоения студентом изучаемой дисциплины, является представление обоснованных и объективных выводов по результатам решенной кейс-задачи.

5) Форма проведения промежуточной аттестации по данной дисциплине является экзамен. Он проводится в устной форме. В её ходе студент должен точно и ёмко изложить ответы на теоретические вопросы и решить практические задачи. Требования к решению задач и их оформлению такие же, как и для заданий в контрольной работе.

Система оценивания по дисциплине по очной форме обучения*

Форма контроля	**Макс. количество баллов**	
	За одну работу	**Всего**
Текущий контроль:		
- дискуссия, собеседование (темы 1-10)	1	10
- тестирование (темы смыслового модуля 1 – 3)	1	10
- реферат	5	5
- разноуровневые задачи и задания	5	15
Промежуточная аттестация	*экзамен*	*40*
Итого за семестр	*100*	

* в соответствии с утвержденными оценочными материалами по дисциплине

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ БАЛЛОВ, КОТОРЫЕ ПОЛУЧАЮТ ОБУЧАЮЩИЕСЯ

Максимальное количество баллов за текущий контроль и самостоятельную работу										Максимальная сумма баллов		
Смысловой модуль № 1			Смысловой модуль № 2			Смысловой модуль №3				Итого текущий контроль, балл	Итого контроль (экзамен), балл	Всего
Т1	Т2	Т3	Т4	Т5	Т6	Т7	Т8	Т9	Т 10	40	60	100
3	3	4	5	5	5	4	4	4	3			

Примечание. Т1, Т2, ... Т9 – номера тем соответствующих смысловых модулей