Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Крылова Людмила Вячеславовна
Должность: Проректор по учебно-методической работе
Дата подписания: 28.02.2025 13:13:18
Уникальный программный ключ:
b066544bae1e449cd8bfce392f7224a676c271b2

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 сервиса и гостиничного дела

УТВЕРЖДАЮ
Зав. кафедрой сервиса
и гостиничного дела
_____ Я.В.Дегтярева
(подпись)

КАФЕДРА СЕРВИСА И ГОСТИНИЧНОГО ДЕЛА

«22» февраля 2024 г.

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
по учебной дисциплине

Б1.В.15 PR – технологии в сервисе
(шифр и наименование учебной дисциплины)

43.03.01 Сервис
(код и наименование направления подготовки)

Социально-культурный сервис
(наименование профиля подготовки)

Разработчик:

к.э.н., доцент _____ Н.И. Морозова
(должность) (ФИО)

Оценочные материалы рассмотрены и утверждены на заседании кафедры
от «22» февраля 2024 г., протокол № 16

Донецк 2024 г.

Паспорт
оценочных материалов по учебной дисциплине
«PR – технологии в сервисе»

Перечень компетенций, формируемых в результате освоения учебной дисциплины (модуля)

№ п/п	Код и наименование контролируемой компетенции	Контролируемые разделы (темы) учебной дисциплины	Этапы формирования (семестр изучения)
1	ПК-5. Способен к продвижению сервисного продукта с использованием современных информационных технологий	Тема 1. Истоки, методологические основы управления общественными отношениями	7
		Тема 2. Сущность и теоретические основы связей с общественностью	7
		Тема 3. Связь с средствами массовой информации	7
		Тема 6. Создание и особенности работы PR – отдела	7
		Тема 7. Объем и содержание материалов для презентации	7
		Тема 10. Создание и поддержка имиджа работы предприятий	7
		Тема 4. Имидж и брэнд как компоненты коммерческого успеха фирмы	7
		Тема 8. Создание и поддержка имиджа работы предприятий гостинично-ресторанного хозяйства	7
		Тема 5. Фирменный стиль компании	7
		Тема 9. Оценка эффективности мероприятий связей с общественностью	7

Показатели и критерии оценивания компетенций, описание шкал оценивания

Показатели оценивания компетенций

№ п/п	Код контролируемой компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Контролируемые разделы (темы) учебной дисциплины, практики	Наименование оценочного средства
1	ПК-5. Способен к продвижению сервисного продукта с использованием современных информационных технологий	ИДК 1 пк-5Анализирует рыночную ситуацию и выбор целевых сегментов потребителей ИДК 2 пк-5 Разрабатывает программы продвижения сервисного продукта на основе современных информационно-коммуникативных технологий. ИДК 3 пк-5 Осуществляет проведение мероприятий по продвижению сервисных услуг целевым сегментам потребителей и индивидуальным клиентам. ИДК 4 пк-5 Проводит мероприятия по оценке эффективности программ продвижения.	Тема 1. Истоки, методологические основы управления общественными отношениями	Тест Собеседование Задание
			Тема 2. Сущность и теоретические основы связей с общественностью	Собеседование Тест
			Тема 3. Связь с средствами массовой информации	Тест Собеседование
			Тема 6. Создание и особенности работы PR – отдела	Тест Собеседование
			Тема 7. Объем и содержание материалов для презентации	Тест *Реферат Задание
			Тема 10. Создание и поддержка имиджа работы предприятий	Тест
			Тема 4. Имидж и брэнд как компоненты коммерческого успеха фирмы	Тест Задание
			Тема 8. Создание и поддержка имиджа работы предприятий гостинично-ресторанного хозяйства	Тест Собеседование
			Тема 5. Фирменный стиль компании	Тест
			Тема 9. Оценка эффективности мероприятий связей с общественностью	Тест

*Реферат готовится на любую тему учебной дисциплины

Критерии и шкала оценивания по оценочному материалу реферат

Шкала оценивания (интервал баллов)[2]	Критерии оценивания
8-10	Доклад (реферат) представлен на высоком уровне (студент полно осветил рассматриваемую проблематику, привел аргументы в пользу своих суждений, владеет профильным понятийным (категориальным) аппаратом и т.п.)
5-7	Доклад (реферат) представлен на среднем уровне (студент в целом осветил рассматриваемую проблематику, привел аргументы в пользу своих суждений, допустив некоторые неточности и т.п.)
2-4	Доклад (реферат) представлен на низком уровне (студент допустил существенные неточности, изложил материал с ошибками, не владеет в достаточной степени профильным категориальным аппаратом и т.п.)
0-1	Доклад (реферат) представлен на неудовлетворительном уровне или не представлен (студент не готов, не выполнил задание и т.п.)

Критерии и шкала оценивания по оценочному материалу «Тест» по темам смысловых модулей 1-4 (7 семестр)

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерии оценивания
7	Процент правильных ответов составляет 95-100%
6	Процент правильных ответов составляет 90-94%
5	Процент правильных ответов составляет 80-89%
4	Процент правильных ответов составляет 75-79%
3	Процент правильных ответов составляет 60-74%
2	Процент правильных ответов составляет 35-59%
1	Процент правильных ответов составляет 20-34%
0	Процент правильных ответов составляет 0-19%

Критерии и шкала оценивания по оценочному материалу «Устный опрос»

Шкала оценивания (интервал баллов)[2]	Критерии оценивания
3	Ответ содержательный, уверенный и четкий; показано свободное владение материалом различной степени сложности; при ответе на дополнительные вопросы выявляется владение материалом; допускаются один-два недочета, которые студент сам исправляет по замечанию преподавателя
2	Твердо усвоен основной материал; ответы удовлетворяют требованиям, установленным для оценки «отлично», но при этом допускаются две негрубые ошибки; делаются несущественные пропуски при изложении фактического материала; при ответе на дополнительные вопросы демонстрируется понимание требуемого материала с несущественными ошибками
1	Обучаемый знает и понимает основной материал программы, основные темы, но в усвоении материала имеются пробелы; излагает его упрощенно, с небольшими ошибками и затруднениями; изложение теоретического материала приводится с ошибками, неточно или схематично; появляются затруднения при ответе на дополнительные вопросы
0	Отказ от ответа; отсутствие минимальных знаний по дисциплине; присутствуют

	грубые ошибки в ответе; практические навыки отсутствуют; студент не способен исправить ошибки даже с помощью рекомендаций преподавателя.

Примерный перечень оценочных материалов

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде
1	**2**	**3**	**4**
1.	Реферат	Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.	Темы рефератов
2.	Собеседование (устный или письменный опрос)	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/разделам учебной дисциплины
3.	Задание	Частично регламентированное задание, имеющее нестандартное решение и позволяющее диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения. Может выполняться в индивидуальном по- рядке или группой обучающихся.	Темы групповых и/или индивидуальных творческих заданий
4.	Тест	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.	Фонд тестовых заданий

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков

При изучении учебной дисциплины в течение семестра обучающийся максимально может набрать 100 баллов.

Текущий контроль знаний обучающихся осуществляется на основании оценки: систематичности и активности по каждой теме программного материала дисциплины; заинтересованного, творческого выполнения реферата.

Реферат – одна из форм интерпретации исходного текста или нескольких источников. Поэтому реферат, в отличие от конспекта, является новым, авторским текстом. Новизна в данном случае подразумевает новое изложение,

систематизацию материала, особую авторскую позицию при сопоставлении различных точек зрения.

Реферирование предполагает изложение какого-либо вопроса на основе классификации, обобщения, анализа и синтеза одного или нескольких источников.

Задачами реферата являются:

1. Формирование умений самостоятельной работы студентов с источниками литературы, их систематизация;

2. Развитие навыков логического мышления;

3. Углубление теоретических знаний по проблеме исследования.

Текст реферата должен содержать аргументированное изложение определенной темы. Реферат должен быть структурирован (по главам, разделам, параграфам) и включать разделы: введение, основная часть, заключение, список используемых источников. В зависимости от тематики реферата к нему могут быть оформлены приложения, содержащие документы, иллюстрации, таблицы, схемы и т. д.

Структура реферата:

1) титульный лист;

2) план работы с указанием страниц каждого вопроса, подвопроса (пункта);

3) введение;

4) текстовое изложение материала, разбитое на вопросы и подвопросы (пункты, подпункты) с необходимыми ссылками на источники, использованные автором;

5) заключение;

6) список использованной литературы;

7) приложения, которые состоят из таблиц, диаграмм, графиков, рисунков, схем (необязательная часть реферата). Приложения располагаются последовательно, согласно заголовкам, отражающим их содержание.

Тематика докладов (рефератов):

1. Исторические корни связей с общественностью.
2. С вязи с общественностью в России: история и современность.
3. Общественное мнение: природа, структура и механизмы функционирования.
4. Крупнейшие международные и национальные PR-агентства: сходства и различия.
5. Ведущие PR-агентства России: история, структура, тенденции развития.
6. Деятельность Российской ассоциации по связям с общественностью.
7. Сравнительный анализ рынка PR-услуг в России и за рубежом.
8. Профессиональные качества PR-специалиста.
9. Профессиональные PR-издания.
10. Профессиональные PR-конкурсы.
11. Основные способы регулирования и саморегулирования в области связей с общественностью.

12. Правовое обеспечение связей с общественностью.
13. Профессиональная этика в связях с общественностью.
14. Связи с общественностью в системе государственного управления.
15. СМИ как канал выхода на различные аудитории в связях с общественностью.
16. Роль PR в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций.
17. Принципы, формы и методы взаимодействия PR специалиста с прессой.
18. Основные этапы планирования и проведения PR-кампаний.
19. PR деятельность с внешней аудиторией.
20. PR деятельность с внутренней аудиторией.
21. Преимущества и недостатки электронных СМИ для PR кампаний.
22. Роль PR и рекламы в создании брендов.
23. Журналисты как ключевая аудитория связей с общественностью.
24. Правила разработки PR-кампаний в СМИ.
25. Профессиональные стандарты во взаимоотношениях со СМИ.
26. Подготовка PR-материалов для СМИ.
27. Виды и особенности PR-текстов.
28. Информационные и имиджевые PR-документы.
29. Пресс-релиз: технология создания.
30. Айви Ли и его связи с общественностью

Текущий контроль знаний обучающихся осуществляется с помощью тестов, ситуационных заданий.

Для выполнения ситуационных заданий обучающийся должен пройти предварительную теоретическую подготовку на лекционных занятиях, а также при самостоятельном изучении литературных источников.

Тестирование по темам смысловых модулей проводится согласно графику проведения модульного контроля.

Примерные тестовые задания

1. Что такое PR?
a) информационная открытость, предоставление бесспорных информационных поводов;
b) это функция менеджмента, обеспечивающая установление и поддержание эффективных коммуникаций между организацией и ее общественностью;
c) короткое оперативное выступление перед прессой по свежим следам важных событий
d) нет правильного ответа

2. Автором термина "паблик рилейшнз" является:
a) Томас Джефферсон
b) Айви Ли
c) Карл Маркс
d) П.Друкер

3. К функциям PR не относятся:
a) расширение влияния учреждения в обществе
b) реагирование на общественность
c) повышение рейтинга компании
d) контроль за продажам

4. Какими способами формируется общественное мнение?
a) стихийными и политическими
b) рациональные и социальные
c) массовые и индивидуальные
d) стихийные и рациональные

5. Назовите цель работы PR-специалистов
a) воздействие на состояние общественного мнения
b) создание имиджа компании
c) повышение рейтинга компании
d) контроль за продажами

Вопросы к зачету:

1. Основная цель осуществления PR -деятельности в организации
2. Характиристика PR как: искусство, сфера деятельности, функция управления коммуникациями, стратегия управления коммуникативным пространством, система.
3. История возникновения PR как коммуникативной технологии.
4. Основные задачи IPRA.
5. Основные задачи PACO.
6. Задачи PR –специалистов.
7. Требования к PR – специалисту.
8. Общественность в сфере PR.
9. Стратегия маркетинга – маркетинг-микс.
10. Взаимоотношения PR и маркетинга в организации
11. Функции PR-службы в работе с персоналом.
12. Функции PR-службы в работе с руководством.
13. Основные принципы работы с прессой.
14. Функции связи с прессой.
15. Обязанности ответственного за связь с прессой.
16. Виды прессы.
17. Виды телевизионных мероприятий.
18. Специфика работы с радио.
19. Какими способами придавать информации «дополнительный вес»
20. Что необходимо для подготовки пресс-конференции.
21. Какие материалы нужно подготовить для пресс-конференции.
22. Что такое брифинг. В чем его особенности

23. Регламент проведения круглых столов
24. Основные условия проведения эффективной презентации
25. Цели выставочной деятельности
26. Какие виды визитов на ПГРХ вы знаете
27. PR-акции и их особенности проведения
28. Функции фирменного стиля
29. Что такое товарный знак, правила его создания. Функции товарного знака.

Классификация.

30. Понятия «Логотип», «Фирменный блок», «Слоган» требования к их составлению
31. Основные носители компонентов фирменного стиля
32. Этапы разработки фирменного стиля
33. Функции PR-имиджаоздания рекламного имиджа
34. Стадии создания рекламного имиджа
35. Понятие «Бренд» его составные
36. Три подхода к построению PR-отдела
37. Ряд факторов, влияющих на размер PR-подразделения
38. Спектр видов деятельности, осуществляемых PR-отделом
39. Работы, ответственность за которые несёт PR-отдел
40. Функции PR-отдела
41. PR -отдел организации: преимущества и недостатки
42. Объем и содержание материалов для презентации
43. Письмо. Требования к его составлению
44. Информационный релиз
45. Приглашения. Требования к составлению
46. Проспект, его виды и правила написания
47. Брошюра. Цели и правила оформления
48. Отчет. Правила составления и написания
49. PR –программа, правила составления
50. PR-мен, качества которыми должен обладать PR- специалист

Зачет выставляется только при предъявлении студентом зачетной книжки и при условии выполнения всех контрольных мероприятий, предусмотренных учебным планом и рабочей программой по изучаемой дисциплине.

Результаты зачета оцениваются в соответствие с государственной шкалой оценивания академической успеваемости и шкалы ECTS и заносятся в зачетную ведомость и зачетную книжку. В зачетную книжку заносятся только положительные оценки. Подписанный преподавателем экземпляр ведомости сдаётся не позднее следующего дня в деканат, а второй хранится на кафедре.

Студенты, не прошедшие промежуточную аттестацию по графику сессии, должны ликвидировать задолженность в установленном порядке.

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ БАЛЛОВ, КОТОРЫЕ ПОЛУЧАЮТ ОБУЧАЮЩИЕСЯ

МОДУЛЬ 1

Текущее тестирование и самостоятельная работа								*Сумма, балл*
Смысловой модуль №1			Смысловой модуль №2		Смысловой модуль №3		Смысловой модуль №4	*100*
Т1	Т2	Т3	Т3	Т4	Т6	Т7	Т8	
15	**10**	**10**	**12**	**10**	**10**	**23**	**10**	

Примечание. Т1, Т2, ... Т7 – номера тем соответствующих смысловых модулей

Соответствие государственной шкалы оценивания академической успеваемости и шкалы ECTS

Сумма баллов за все виды учебной деятельности	**По государственной шкале**	**Определение**
90-100	«Отлично» (5)	отлично – отличное выполнение с незначительным количеством неточностей
80-89	«Хорошо» (4)	хорошо – в целом правильно выполненная работа с незначительным количеством ошибок (до 10 %)
75-79		хорошо – в целом правильно выполненная работа с незначительным количеством ошибок (до 15 %)
70-74	«Удовлетворительно» (3)	удовлетворительно – неплохо, но со значительным количеством недостатков
60-69		удовлетворительно – выполнение удовлетворяет минимальные критерии
35-59	«Неудовлетворительно» (2)	неудовлетворительно – с возможностью повторной аттестации
0-34		неудовлетворительно – с обязательным повторным изучением дисциплины (выставляется комиссией)