Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Крылова Людмила Вячеславовна
Должность: Проректор по учебно-методической работе
Дата подписания: 28.10.2026 15:42:00
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 маркетингового менеджмента

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой маркетингового менеджмента

_____ Л.В. Балабанова
Подпись

«11» февраля 2026 г.

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

по дисциплине

Б.1.В.01 «Паблик рилейшнз»
(наименование дисциплины, практики)

Направление подготовки 38.04.02 Менеджмент
(код и наименование направления подготовки (специальности))

Программа высшего образования - программа магистратуры

Магистерские программы: Менеджмент организаций и администрирование, Логистика
(наименование профиля подготовки (специальности, магистерской программы); при отсутствии ставится прочерк)

Разработчик:

ст. преподователь _____ Н.О. Мизяева
(должность) (подпись)

Оценочные материалы рассмотрены и утверждены на заседании кафедры

от 11.02. 2026 г., протокол № 12

Донецк 2026 г.

Паспорт
оценочных материалов по дисциплине
Б.1.В.01 «Паблик рилейшнз»

Таблица 1

Перечень компетенций (элементов компетенций), формируемых в результате

№ п/п	Код и наименование компетенции	Формулировка контролируемой компетенции	Контролируемые разделы (темы дисциплины (модуля), практики	Этапы формирования (семестр изучения)
	ПК-2 Способен осуществлять управленческий процесс на основе результатов оценки влияния факторов внешней среды на функционирование предприятий, организаций.	*ИД-З$_{ПК-2}$ - оценивает сферу компетенции органов государственного регулирования корпоративного сектора* *ИД-4$_{ПК-2}$ - формирует команды, коллективы и корпоративную культуру в организации.*	Тема 1 Сущность, принципы и функции паблик рилейшнз Тема 2 Общественность и общественное мнение в PR - деятельности Тема 3. Коммуникационный процесс и информационное обеспечение в PR - деятельностиТема 4 PR - инструментарий: сущность и классификация Тема 5 Разработка PR - стратегий в зависимости от позиции имиджа предприятия Тема 6 Методы анализа паблик рилейшнз Тема 7 Процесс управления паблик рилейшнз Тема 8 Система управления паблик рилейшнз Тема 9 Паблик рилейшнз в бизнесе Тема 10 Антикризисные паблик рилейшнз	1

ПОКАЗАТЕЛИ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ, ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ

Таблица 2

Показатели оценивания компетенций

№ п/п	Код контро-лируемой компетен-ции	Показатель (индикатор) оценивания	Контролируемые разделы (темы) дисциплины (модуля), практики	Наименование оценочного средства
	ПК-2 Способен осуществлять управленческий	*ИД-З$_{ПК-2}$ - оценивает сферу компетенции органов*	Тема 1 Сущность, принципы и	Вопросы для собеседования (устного

	процесс на основе результатов оценки влияния факторов внешней среды на функционирование предприятий, организаций.	*государственного регулирования корпоративного сектора ИД-4ПК-2 - формирует команды, коллективы и корпоративную культуру в организации.*	функции паблик рилейшнз Тема 2 Общественность и общественное мнение в PR - деятельности Тема 3. Коммуникационный процесс и информационное обеспечение в PR - деятельности Тема 4 PR - инструментарий: сущность и классификация Тема 5 Разработка PR -стратегий в зависимости от позиции имиджа предприятия Тема 6 Методы анализа паблик рилейшнз Тема 7 Процесс управления паблик рилейшнз Тема 8 Система управления паблик рилейшнз Тема 9 Паблик рилейшнз в бизнесе Тема 10 Антикризисные паблик рилейшнз	опроса), разноуровневые задачи и ситуационные задания, тестовые задания, задания для внеаудиторной самостоятельной работы

Критерии и шкала оценивания по оценочному материалу
«Собеседование (устный опрос)»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
1	Ответы на поставленные вопросы излагаются логично, последовательно и не требуют дополнительных пояснений. Полно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Делаются обоснованные выводы. Демонстрируются глубокие знания базовых нормативно-правовых актов. Соблюдаются нормы литературной речи (количество правильных ответов > 90%)
0,5	Ответы на поставленные вопросы излагаются систематизировано и последовательно. Базовые нормативно-правовые акты используются, но в

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
	недостаточном объеме. Материал излагается уверенно. Раскрыты причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируется умение анализировать материал, однако не все выводы носят аргументированный и доказательный характер. Соблюдаются нормы литературной речи (количество правильных ответов >70%)
0,25	Допускаются нарушения в последовательности изложения. Имеются упоминания об отдельных базовых нормативно-правовых актах. Неполно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируются поверхностные знания вопроса, с трудом решаются конкретные задачи. Имеются затруднения с выводами. Допускаются нарушения норм литературной речи (количество правильных ответов >50%)
0	Материал излагается непоследовательно, сбивчиво, не представляет определенной системы знаний по дисциплине. Не раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Не проводится анализ. Выводы отсутствуют. Ответы на дополнительные вопросы отсутствуют. Имеются заметные нарушения речи (количество правильных ответов <50%)

Таблица 4

Критерии и шкала оценивания по следующим оценочным материалам:
«Разноуровневые задачи и ситуационные задания»
«Задания для внеаудиторной самостоятельной работы»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерии оценивания
2	Задание выполнено на высоком уровне (даны правильные ответы на 90-100% вопросов/задач)
1,5	Задание выполнено на среднем уровне (даны правильные ответы на 75-89% вопросов/задач)
1,0	Задание выполнено на низком уровне (даны правильные ответы на 60-74% вопросов/задач)
0	Задание выполнено на неудовлетворительном уровне (даны правильные ответы на 0-59% вопросов/задач)

Таблица 5

Критерии и шкала оценивания по оценочному материалу «Тестовые задания»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерии оценивания
1	Тестовые задания выполнены на высоком уровне (правильные ответы даны на 75-100% вопросов)
0,5	Тестовые задания выполнены на низком уровне (правильные ответы даны на 50-74% вопросов)
0	Тестовые задания выполнены на неудовлетворительном уровне (правильные ответы даны менее чем 50% вопросов)

Таблица 6

Перечень оценочных материалов по дисциплине
«Управление изменениями»

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представ-ление оценочного средства в фонде
1.	Собеседование (устный опрос)	Средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по дисциплине или определенному разделу, теме, проблеме и т.п.	Вопросы по темам / разделам дисциплины
2.	Ситуации и ситуационные задания	а) репродуктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать знание фактического материала (базовые понятия, алгоритмы, факты) и умение правильно использовать специальные термины и понятия, узнавание объектов изучения в рамках определенного раздела дисциплины; б) реконструктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения синтезировать, анализировать, обобщать фактический и теоретический материал с формулированием конкретных выводов, установлением причинно-следственных связей	Задания для решения практи-ческих ситуаций
3.	Тест	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося	Фонд тестовых заданий
4.	Контрольная работа (для студентов заочной формы обучения)	Средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме, разделу или дисциплине.	Комплект контрольны х заданий по вариантам
5.	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

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

Методические материалы отражают основные сведения о каждом оценочном средстве, используемом в ходе изучения дисциплины «Антикризисное управление» для контроля результатов обучения.

Оценивание компетенций по дисциплине осуществляется посредством использования следующих видов оценочных средств

по темам дисциплины:

- собеседование (устный опрос);
- решение разноуровневых задач и ситуационных заданий;
- тестовые задания;
- задания для внеаудиторной самостоятельной работы;

в целом по дисциплине:

- подготовка научных публикаций;
- участие в конкурсах научных студенческих работ по направлению подготовки, научных конференциях и т.д. с занятием призовых мест
- контрольная работа (для студентов заочной формы обучения);
- реферат.

Таблица 7

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ БАЛЛОВ, КОТОРЫЕ ПОЛУЧАЮТ ОБУЧАЮЩИЕСЯ

Для очной формы обучения

Максимальное количество баллов за текущий контроль и самостоятельную работу											Максимальная сумма баллов
Смысловой модуль №1				Смысловой модуль № 2			Смысловой модуль № 3				
Т1	Т2	Т3	Т4	Т5	Т6	Т7	Т8	Т9	Т10	Т11	
9	9	9	9	9	9	10	9	9	9	9	100

Примечание. Т1, Т2, ... Т11 – номера тем соответствующих смысловых модулей

Для заочной формы обучения

Максимальное количество баллов за текущий контроль и самостоятельную работу											Максимальная сумма баллов	Экзамен
Смысловой модуль №1				Смысловой модуль № 2			Смысловой модуль № 3					
Т1	Т2	Т3	Т4	Т5	Т6	Т7	Т8	Т9	Т10	Т11		
4	4	4	4	3	3	2	4	4	4	4	40	60

Примечание. Т1, Т2, ... Т11 – номера тем соответствующих смысловых модулей

Таблица 8

Система начисления баллов

№	Виды работ (по темам дисциплины)	Баллы
1	Собеседование (устный опрос)	2
2	Решение разноуровневых задач и ситуационных заданий	3
3	Тестовые задания	2
4	Задания для внеаудиторной самостоятельной работы	2
Дополнительно (в целом по дисциплине)		
1	Подготовка научных публикаций	3
2	Участие в конкурсах научных студенческих работ по направлению	3

№	Виды работ (по темам дисциплины)	Баллы
	подготовки, научных конференциях и т.д. с занятием призовых мест	
3	Реферат	3

Система оценивания по дисциплине, изучаемой в заочной форме обучения

Форма контроля	**Максимальное количество баллов**	
	За одну работу	**Всего**
Текущий контроль		
-собеседование (устный опрос) (темы № 1-10)	2	20
- решение разноуровневых задач и ситуационных заданий(темы № 1-10)	2	20
- тестирование (темы № 1-10)	1	10
-реферат, доклад, эссе (темы № 1-10)	2	20
- текущий модульный контроль (№1-3)	10	30
Промежуточная аттестация	дифференцированный зачет	100
Итого за семестр	100 (зачёт)	

Таблица 9

Соответствие государственной шкалы оценивания академической успеваемости

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

Вопросы для собеседования (устного опроса)

Смысловой модуль 1 Основы паблик рилейшнз

Тема 1 Сущность, принципы и функции паблик рилейшнз

Тема 2 Общественность и общественное мнение в PR –деятельности

Смысловой модуль 2 Паблик рилейшнз как составляющая коммуникационнойдеятельности

Тема 3. Коммуникационный процесс и информационное обеспечение в PR -деятельностиТема 4 PR -инструментарий: сущность и классификация

Тема 5 Разработка PR -стратегий в зависимости от позиции имиджа предприятия

Смысловой модуль 3 Паблик рилейшнз: комплексный и стратегический подходы

Тема 6 Методы анализа паблик рилейшнз

Тема 7 Процесс управления паблик рилейшнз

Тема 8 Система управления паблик рилейшнз

Тема 9 Паблик рилейшнз в бизнесе

Тема 10 Антикризисные паблик рилейшнз

Тестовые задания

1. Кто впервые употребил выражение „Паблик рилейшнз”? 1.1.Томас Джефферсон;

1.2. Самуэль Адамс; 1.3.Амос Кендалл; 1.4.Том Форд.

2. Кого называют «отцом» паблик рилейшнз? 2.1.Буффало Джордж Паркер;

2.2. Айве Ледбеттер Ли; 2.3.Ида Тарбелл; 2.4.Анри Файоль.

3. Паблик рилейшнз – это:

3.1. Известность или популярность чего-либо, определяемая публичностью или открытостью к получению информации из ее источника, то есть его желанием к информированию общества о чем-либо;

3.2. популярность, известность товаров или услуг, формирующихся под действием рекламы и информации в СМИ, информацией из других источников, таких как письма, рассылка, отправка пресс-релизов в СМИ и не только, выставочная деятельность, раздача флайеров и других маркетинговых мероприятий;

3.3. коммуникационный процесс, направленный на формирование взаимоотношений с разными группами общественности (в первую очередь целевыми и потенциально целевыми) и благоприятного индивидуального имиджа предприятия, непохожего на конкурентов;

3.4. создание образа объекта управления.

4. Принцип «Комплексность» - это:

4.1. Прогнозирование тенденций изменения общественного мнения, долгосрочное и оперативное планирование разных мероприятий и программ, по развитию коммуникаций;

4.2. учет при разработке и реализации основных PR-мероприятий интересов всех категорий и групп общественности;

4.3. обеспечение постоянного действия на конкретных потребителей информации и общественное мнение в целом;

4.4. использования достоверной и полной информации.

5. Принцип «Объективность» - это:

5.1. Использование достоверной и полной информации, умения специалистов соответствующих внутренних служб, проводить беспристрастный анализ сведений, которые поступают;

5.2. обеспечение постоянного действия на конкретных потребителей информации и общественное мнение в целом;

5.3. прогнозирование тенденций изменения общественного мнения, долгосрочное и оперативное планирование разных мероприятий и программ, по развитию коммуникаций;

5.4. достижение поставленных целей.

6. Правило «Инициативность» - это:

6.1. Достижение поставленных целей может быть обеспечено убедительным разъяснением содержания политики предприятия; аргументированными возражениями оппонентам; выдвижением мотивированных требований;

6.2. допускает активную работу внутренних служб паблик рилейшнз при доведении позиции предприятия по тем или другим важным вопросам по разным категориям общественности;

6.3. для минимизации возможных потерь необходимо заблаговременно осуществлять разнообразные мероприятия по недопущению негативных публикаций;

6.4. персонал должен быть достаточно компетентным.

7. Правило «Конструктивность» - это:

7.1. допускает не только информирование, но поиск и использование таких форм организации взаимодействия предприятия с его поставщиками, потребителями, акционерами, которые позволяют достичь установленных целей при максимально полном учете интересов каждой из сторон;

7.2. для минимизации возможных потерь необходимо заблаговременно осуществлять разнообразные мероприятия по недопущению негативных публикаций;

7.3. PR-персонал должен быть достаточно компетентным для понимания сущности, правильного и эффективного решения задач и проблем, которые стоят перед ними;

7.4. достижение поставленных целей.

8. К функциями паблик рилейшнз относятся: 8.1.аналитико-прогностическая; 8.2.организационно-технологическая; 8.3.информационно-коммуникативная; 8.4.консультативно методическая;

8.5.ваш вариант ответ.

9. Организационно-технологическая – это:

9.1. совокупные мероприятия и действия по проведению и организации активных акций;

9.2. направлена на выработку информационной политики, ее стратегии, и тактики, которые фиксируют движение событий в динамике;

9.3. допускает продуцирование, тиражирование информации, при выполнении информационно разъяснительной и пропагандистско-рекламной работы;

9.4. ваш вариант ответ.

10. Аналитико-прогностическая функция - …:

10.1. совокупные мероприятия и действия по проведению и организации активных акций;

10.2. направлена на выработку информационной политики, ее стратегии, и тактики, которые фиксируют движение событий в динамике;

10.3. допускает продуцирование, тиражирование информации, при выполнении информационно разъяснительной и пропагандистско-рекламной работы;

10.4. ваш вариант ответ.

Разноуровневые задачи и ситуационные задания

Ситуационное задание 1

Международная компания «В» производит на мощностях Консервного завода детского питания продукцию под торговой маркой «J». Компания «В», тщательным образом исследовав рынок и выучив спрос потребителей начала производство серии натуральных соковых напитков «S» («Juicy Dring») в тетрапаке, в частности уникальный напиток «Банан-клубника» - нектар с антидепрессивным действием. Компания «В» осуществляет реализацию своей продукции через разных посредников, проводит рекламу в средствах массовой информации.

Определите виды необходимых изменений. Разработайте программу организационных изменений относительно выведения нового товара на рынок, создание расположения к нему потребителей.

Ситуационное задание 1

Предприятие «А» - известное торговое предприятие г.Донецка. Руководство ТЦ планирует продолжать политику дальнейшего заполнения свободных торговых площадей за счет привлечения крупных арендаторов - брендов и установления с ними долгосрочных партнерских отношений. При этом стоит задание - снижение эксплуатационных расходов. Ставка сделана на энергосохраняющие технологии.

Бизнес-планом на следующий год намечен ряд мероприятий для получения дополнительных доходов за счет расширения платных услуг: оборудование авто-парковки; открытие автомойки; оборудование детских игровых площадок; переоборудование ярмарочной площади под площадку для игры в боулинг; открытие зала для клуба фитнесса. Планируется проведение работ для обеспечения комфорта покупателям элементами архитектуры, дизайна, уровнем освещения, кондиционированием воздуха. Сегодня стоит задача превращения «А» в большой торгово-развлекательный комплекс по Европейскому образцу. Для осуществления этих изменений «А» требует определенных ресурсов и квалификации специалистов.

Какие виды изменений планирует осуществить предприятие? Проанализируйте возможность предприятия относительно внедрения этих изменений и разработайте программу организационных изменений на следующий год.

Задания для внеаудиторной самостоятельной работы

Тематика рефератов по дисциплине:

1. История развития "Паблик рилейшнз"
2. Особенности применения "Паблик рилейшнз" в Донецке
3. Мировой опыт применения "Паблик рилейшнз"
4. Основные и вспомогательные PR -инструменты в рамках функций паблик рилейшнз
5. Эффективное использование PR -технологий в условиях рыночной экономики
6. PR: сущность и значение в современном бизнесе
7. Сегментация категорий общественности и определения ее уровней.
8. Современные тенденции маркетинговой сегментации

9. Общественность как объект коммуникативного влияния
10. Механизму взаимодействия целевой и потенциально-целевой общественности с предприятием.
11. Характеристика PR -инструментов опосредствованного массового информирования
12. Характеристика специальных PR -мероприятий
13. Особенности инструментов PR -поддержки
14. Характеристика внутренне-направленных инструментов паблик рилейшнз
15. Особенности составления пресс-релиза.
16. Формирование имиджа предприятия в условиях конкуренции
17. Роль ПР-деятельности в формировании имиджа
18. Методология моделирования имиджа предприятия
19. Формирование оптимальной стратегии в зависимости от позиции имиджа предприятия.
20. Технология процесса управления паблик рилейшнз
21. Современные подходы к планированию.