



ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ по дисциплине

Связи с общественностью и ПР-кампании

Уровень высшего образования:	Бакалавриат
Направление подготовки:	38.03.02 Менеджмент
Направленность (профиль) подготовки:	Менеджмент и маркетинг в креативных индустриях
Квалификация (степень):	Бакалавр
Форма обучения:	Очная
Срок освоения по данной программе:	4 года

1. Формы и оценочные материалы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

В процессе и по завершению изучения дисциплины оценивается формирование у студентов следующих компетенций:

Компетенция		Планируемые результаты обучения по дисциплине		
		Знать	Уметь	Иметь практический опыт
ПК-2. Способен подготовить решения по управлению проектом в сфере креативных индустрий	ИПК-2.1. Осуществляет сбор, анализ информации и подготовку предложений по инициированию и планированию проекта в сфере креативных индустрий	-основные маркетинговые инструменты, необходимые для планирования производства PR-кампании; -порядок проведения маркетинговых исследований, необходимых для организации PR-кампании; -этапы разработки PR-кампаний; -особенности ресурсного обеспечения бизнес-процессов в сфере креативных индустрий.	-организовывать и проводить маркетинговые исследования; -работать в коллективе; -кооперироваться с коллегами в процессе разработки и реализации PR-кампании; -использовать PR-тренды в ходе разработки и проведения кампании.	-проведения мониторинга обратной связи для оценки эффективности реализованного коммуникационного продукта; -взаимодействия с коллегами в процессе разработки и реализации PR-кампании; -участия в процессе разработки бизнес-идеи в сфере креативных индустрий; -участия в осуществлении ресурсного обеспечения PR-компаний.
ПК-3. Способен принимать участие в предпринимательской деятельности по выполнению бизнес-проектов в сфере креативных индустрий	ИПК-3.1. Участвует в процессе разработки бизнес-идеи новых бизнес-проектов в сфере креативных индустрий ИПК-3.2. Участвует в осуществлении ресурсного обеспечения текущих производственных, закупочных, сбытовых, маркетинговых, информационных, финансовых, инвестиционных бизнес-процессов в сфере креативных индустрий			

1.1. Текущий контроль успеваемости

Текущий контроль успеваемости осуществляется путем оценки результатов выполнения заданий практических (семинарских), самостоятельной работы, предусмотренных учебным планом и посещения занятий/ активность на занятиях.

В качестве оценочных средств текущего контроля успеваемости предусмотрены:

- Групповые презентации
- Эссе

Групповые презентации:

Тема: Презентация нового фильма «Матрица 4»

Студенты должны разделиться на небольшие группы по 4-6 человек, каждая команда представит свое видение PR-кампании для нового фильма «Матрица 4» и его презентации в Москве.

Проведите всестороннюю и креативную PR-кампанию для грядущей премьеры. Работа должна быть теоретически обоснована, подкреплена материалами не менее, чем из 10 источников, ссылки на которые должны быть оформлены в соответствии со стандартом ГОСТ Р 7.0.5-2008 — 5 должны быть академическими учебниками и журнальными статьями.

Цель задания – подготовить 15-минутную PR-презентацию нового фильма «Матрица 4» в Москве. Ожидается, что вы будете использовать теорию, в частности, лекционный материал.

Работая совместно (как команда по связям с общественностью Warner Bros. Entertainment Inc.), создайте 15-минутную презентацию, чтобы продемонстрировать свою способность проанализировать информацию о клиенте, а затем разработать развернутую и креативную PR-кампанию.

Продемонстрируйте, как планируется, структурируется и проводится эффективная PR-кампания.

Определите и используйте соответствующим образом подходящие рекламные инструменты и средства массовой информации (выбор должен быть обоснованным, цели PR должны соответствовать стратегии и таргетингу).

Наконец, каждая группа должна учитывать коммерческую реальность проведения подотчетных мероприятий.

Цель оценивания, задача/тема:

Продемонстрировать способность анализировать информацию, развить навыки критической оценки и творческого решения проблем. Кроме того, это дает студентам возможность развивать свои навыки устной коммуникации (презентации).

Рекомендации:

Вам нужно разбиться на группы по 4-6 человек в каждой группе.

Убедитесь, что каждый из вас вносит свой вклад в качественное исследование, поскольку презентация каждой группы должна отражать вклад каждого учащегося. Презентация должна быть логичной, хорошо проработанной работой с использованием цитат и ссылок и должна вести к результату: достижению заявленной цели кампании. Он должен быть представлен объективно с обсуждением на основе фактических данных.

Вы можете включить в печатную копию таблицы, рисунки и т. д., подтверждающие ваше обоснование.

Подход/шаги, которым нужно следовать:

- Координируйте и согласовывайте задачи или процесс, так, чтобы можно было достичь групповой презентации;
- Исследуйте и делитесь информацией/рекомендациями о задании;
- Обсуждайте, редактируйте, комментируйте, анализируйте информацию от других участников группы.

Сделайте подзаголовки для презентации — ниже следующее является только рекомендацией, количество слайдов, необходимых для каждого раздела, определяется группой, хотя вся презентация не может превышать 10 минут:

Раздел: Введение - кратко представим команду.

Продемонстрируйте, как планируется, структурируется и проводится эффективная PR-кампания, включая «указатели» ключевых разделов, которые следуют в презентации.

Раздел: Анализ - четкое понимание брифа, подтвержденное исследованиями. Определите разные сообщения для разных целевых аудиторий.

Обрисуйте стратегию кампании с помощью четко представленных, хорошо аргументированных и обоснованных творческих тактик.

Найдите способ и используйте интегрированные офлайн- и онлайн-коммуникации со средствами массовой информации.

Раздел: Выводы - обобщает уже сделанные ключевые моменты и ссылается на поставленную задачу.

Раздел: Рекомендации - продемонстрируйте независимую мысль/творчество вашей группы и предложите заслуживающий доверия комментарий по любым потенциальным проблемам. Продемонстрируйте оценку стоимости как часть коммуникационного брифинга / коммерческой реальности

Раздел: Список литературы

Не менее 10 ссылок, включая академические отчеты, журналы, отраслевые публикации, комментарии экспертов.

Критерии оценки доклада и презентации

№	Критерии	Оценка	%
1	Структура	– количество слайдов соответствует содержанию и продолжительности выступления (для 15-минутного выступления рекомендуется использовать не более 20 слайдов) – наличие титульного слайда и слайда с выводами	до 20
2	Наглядность	– иллюстрации хорошего качества, с четким изображением, текст легко читается – используются средства наглядности информации (таблицы, схемы, графики и т. д.)	до 20
3	Дизайн и настройка	– оформление слайдов соответствует теме, не препятствует восприятию содержания, для всех слайдов презентации используется один и тот же шаблон оформления	до 10
4	Содержание	– презентация отражает основные результаты работы – содержит полную, понятную информацию по теме работы – орфографическая и пунктуационная грамотность	до 30
5	Требования к	– выступающий свободно владеет содержанием, ясно и	до 20

	выступлению	грамотно излагает материал – выступающий свободно и корректно отвечает на вопросы и замечания аудитории – выступающий точно укладывается в рамки регламента (10+15 минут)	
Всего			100%

Эссе

Примерные темы:

1. Стратегии PR в антикризисном управлении
2. Кризисный PR как элемент эффективного управления
3. Антикризисный PR как стратегические инновации на этапах жизненного цикла организации
4. Эффективное управление антикризисными коммуникациями
5. Принципы и методы антикризисного PR

Задание: Написать академическое эссе, демонстрирующее знание изученного материала, результаты проведенных наблюдений, понимание теории PR / роли, которую PR играет в управлении кризисом, а также основные правила работы со СМИ в кризис. Кроме того, учащиеся должны выявить и критически оценить примеры организаций, которые успешно осуществили сильное и слабое антикризисное управление.

Введение в работу/Область/Контекст:

Крайне важно, чтобы эссе было содержательным и аргументированным, включало ссылки на академические журналы и средства массовой информации, в подтверждение понимания студентом современной теории кризисного управления и способность в будущем критически оценивать реальные кризисы.

Критически оцените соответствующую теорию PR и порассуждайте о роли PR в антикризисном управлении, а также напишите свои мысли об основных правилах работы со СМИ в условиях кризиса. Продолжите свое эссе, рассмотрев примеры организаций, успешно осуществивших сильное и слабое антикризисное управление.

2500 слов (плюс-минус 10%). Требуется не менее 10 ссылок (не менее 4 должны быть журнальными статьями).

Рекомендуемая структура:

Введение. Включает «обозначение» ключевых вопросов. Кратко представить тему PR как части эффективного антикризисного управления

Анализ и оценка. Академическое эссе должно содержать теорию, аргументы, кроме того, учащиеся должны выявить и критически оценить примеры организаций, которые успешно осуществили сильное и слабое антикризисное управление. Продемонстрировать осведомленность об антикризисном управлении в более широкой коммуникационной/маркетинговой среде. Очень важно, чтобы студенты демонстрировали понимание бизнеса / отрасли и демонстрировали элемент коммерческой хватки. Аргументы должны быть обоснованными, хорошо продуманными и критически обсужденными.

Выводы и любые рекомендации. Обобщение уже сделанных ключевых моментов и отсылка к поставленной задаче. Любые рекомендации на будущее должны показывать вашу независимую мысль/креативность.

Критерий	Описание	Вес %
Презентация	Соблюдение структуры эссе и требования по объему слов - 2500 +/- 10%	10
Использование источников и оформление ссылок	Использование проверенных и качественных источников - не менее 10. Правильное оформление ссылок и цитат - в соответствии с ГОСТ Р 7.0.5-2008 "Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Библиографическая ссылка. Общие требования и правила составления"	10
Содержание	Содержание соответствует теме. Тема раскрыта. Продемонстрировано знание и понимание изученного материала и проблематики исследования.	20
Практикоориентированность	Интеграция и применение моделей/теорий, приведены примеры, кейсы, решения	30
Аналитическая составляющая	Аргументация, развитие дискуссии, глубина анализа	30
Всего		100

1.2. Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация осуществляется в форме зачета.

В качестве средств, используемых на промежуточной аттестации предусматривается:

- Тестирование.

1.3. Типовые задания для проведения промежуточной аттестации

1. Предшествует началу (этапу) разработки стратегии и тактики политической (избирательной) кампании:

- определение этапов и мероприятий избирательной кампании
- формирование материально-технической базы избирательной кампании
- комплексный анализ избирательного поля**

2. "Лидеры мнений" - это...

- люди, занимающиеся организацией и проведением избирательных кампаний
- круг лиц, обычно граждан государства, обладающих правом голоса при выборах в органы государственной власти, на референдумах и плебисцитах, достигших 18-летнего возраста и не лишенных избирательного права в силу недееспособности или отбывания срока наказания по решению суда

в) люди, способные влиять на установки или поведения других индивидов в нужном направлении

3. Из перечисленного к числу направлений PR-деятельности по укреплению связей с местным населением относятся:

- а) мероприятия по защите окружающей среды**
- б) подготовка и рассылка годового отчета фирмы
- в) распространение сведений о новых товарах компании

4. Из перечисленного к числу направлений PR-деятельности по укреплению связей с местным населением относятся:

- а) распространение сведений о новых товарах компании
- б) участие в программах городского развития**
- в) подготовка и рассылка годового отчета фирмы

5. Пиэрменов называют «менеджерами-пограничниками», потому что они:

- а) следят за соблюдением режима секретности
- б) фильтруют информацию, поступающую для руководства
- в) соединяют внутреннюю и внешнюю общественность фирмы**

6. Пейдж при поступлении в качестве пиэрмена в американскую корпорацию АТТ обусловил свое согласие требованием, ставшим важнейшим принципом организации ПР:

- а) Пейдж становился вице-президентом АТТ, участвующим в определении политики компании**
- б) право общения со СМИ от своего имени
- в) право самому формировать бюджет ПР-подразделения

7. В качестве одного из правил подготовки интервью сформулирована необходимость ответа даже на элементарный вопрос, поскольку это:

- а) дает возможность ограничиться красивой фразой
- б) облегчает задачу интервьюируемому
- в) может быть важно для тех, кто недостаточно знает вашу фирму**

8. Подготовка приемов включает составление плана рассадки гостей. К самым почетным относятся места:

- а) ближе к входу в зал
- б) рядом с хозяевами**
- в) напротив хозяев

9. Из перечисленного к правилам построения коммуникаций с занятыми относится:

- а) увеличение премиального фонда для персонала
- б) подготовка и рассылка пресс-релизов в СМИ
- в) регулярное исследование отношения занятых к менеджменту**

10. Из перечисленного к правилам построения коммуникаций с занятыми относится:

- а) последовательность и регулярность коммуникаций**
- б) подготовка и рассылка пресс-релизов в СМИ
- в) усиление контроля на всех рабочих местах

Критерии оценки

40-36 баллов	Студент безошибочно ответил на 90-100% вопросов теста.
35-30 баллов	Студент безошибочно ответил на 70-89% вопросов теста.
29-21 баллов	Студент безошибочно ответил на 51-60% вопросов теста.
20-0 баллов	Студент безошибочно ответил менее, чем на 50% вопросов теста.

2. Критерии оценки по дисциплине

Итоговая оценка студента по дисциплине (максимум 100 баллов) складывается из работы по данной дисциплине (текущий контроль успеваемости, максимум 60 баллов) и промежуточной аттестации (максимум 40 баллов).

Описание работ	Максимальное количество баллов
Выполнение форм текущего контроля успеваемости:	
Эссе	30
Групповые презентации	30
Итого текущий контроль:	60
Промежуточная аттестация:	40
Итого по всем формам контроля:	100

Шкала соответствия оценок промежуточной аттестации

5-балльная система	Рейтинговая оценка	Европейская оценка
«Отлично»	80–100	A
«Хорошо»	70–79	B
	60–69	C
«Удовлетворительно»	50–59	D
	40–49	E
«Неудовлетворительно»	Менее 40	F

Соответствие оценок балльно-рейтинговой системы Университета европейскому стандарту:

100 балльная оценка	Европейская шкала оценки	Определение
80–100	A	«Отлично» — теоретическое содержание курса освоено полностью , без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены , качество их выполнения по всем критериям задания соответствует оценкам отлично или очень хорошо, задания выполнены без ошибок, представленная работа содержит оригинальное (или инновационное) решение либо исполнение задания

		или существенных элементов задания, при этом оно соответствует общим целям и задачам проекта.
70–79	<i>B</i>	<i>«Очень хорошо»</i> — теоретическое содержание курса освоено полностью , без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены , качество выполнения большинства из них оценено по критериям задания как очень хорошо или отлично.
60–69	<i>C</i>	<i>«Хорошо»</i> — теоретическое содержание курса освоено полностью , без пробелов, некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно , все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены , качество выполнения большинства заданий соответствует по всем критериям задания оценкам хорошо или выше , некоторые виды заданий выполнены с незначительными ошибками .
50–59	<i>D</i>	<i>«Удовлетворительно»</i> — теоретическое содержание курса освоено частично , но пробелы не носят существенного характера, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнены , некоторые из выполненных заданий, возможно, содержат ошибки . Все запланированные образовательные результаты по дисциплине достигнуты, возможно, некоторые из них на минимально достаточном уровне .
40–49	<i>E</i>	<i>«Посредственно»</i> — теоретическое содержание курса освоено частично , некоторые или все практические навыки работы сформированы на начальном уровне , некоторые предусмотренные программой обучения учебные задания не выполнены , либо качество выполнения соответствует минимальному достаточному (зачетному) баллу , предложенные решения или исполнение содержат ошибки . Все запланированные образовательные результаты по дисциплине достигнуты, все или некоторые из них на минимально достаточном уровне .
80–100	<i>A</i>	<i>«Отлично»</i> — теоретическое содержание курса освоено полностью , без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены , качество их выполнения по всем критериям задания соответствует оценкам отлично или очень хорошо, задания выполнены без ошибок, представленная работа содержит оригинальное (или инновационное) решение либо исполнение задания или существенных элементов задания, при этом оно соответствует общим целям и задачам проекта.

Кафедра _____

Дисциплина _____

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № _____

1.

2.

3.

Зав. кафедрой _____