

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Тульский государственный университет»
Институт гуманитарных и социальных наук
Кафедра социологии и политологии

Утверждено на заседании кафедры
«Социологии и политологии»
«20» января 2023 г., протокол № 5

Заведующий кафедрой



И.А. Батанина

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ (ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ) ДЛЯ
ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И
ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО
ДИСЦИПЛИНЕ**

«Связи с общественностью (PR)»

**основной профессиональной образовательной программы
высшего образования – программы бакалавриата**

по направлению подготовки
39.03.01 Социология

с направленностью (профилем)
Социальные процессы и структуры на макро- и микроуровнях

Формы обучения: очная, заочная

Идентификационный номер образовательной программы: 390301-01-23

Тула 2023 год

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ
фонда оценочных средств (оценочных материалов)

Разработчик:

Лаврикова А.А., канд. полит. наук, доцент

(ФИО, должность, ученая степень, ученое звание)



(подпись)

1. Описание фонда оценочных средств (оценочных материалов)

Фонд оценочных средств (оценочные материалы) включает в себя контрольные задания и (или) вопросы, которые могут быть предложены обучающемуся в рамках текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине «Социология коммуникации». Указанные контрольные задания и вопросы позволяют оценить достижение обучающимся планируемых результатов обучения по дисциплине, установленных в соответствующей рабочей программе дисциплины, а также сформированность компетенций, установленных в соответствующей общей характеристике основной профессиональной образовательной программы.

Полные наименования компетенций и индикаторов их достижения представлены в общей характеристике основной профессиональной образовательной программы.

2. Оценочные средства (оценочные материалы) для проведения текущего контроля успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)

Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-3 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-3.1)

1. Составьте развернутую структурно-логическую схему, отражающую взаимосвязь связей с общественностью с другими социально-гуманитарными науками.
2. Какие научные дисциплины исследуют проблемы связей с общественностью? В чем специфика каждой из них?
3. Дайте характеристику направления технологического детерминизма в социально-гуманитарных науках.
4. Перечислите коммуникативные революции в истории человечества. Выделите их причины и движущие факторы.

Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-3 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-3.2)

1. Подготовка к командной игре «Моделирование связей с общественностью». Разбившись на микрогруппы, разработайте и визуализируйте при помощи доступных средств собственную модель связей с общественностью на основе анализа любого конкретного коммуникативного процесса.
2. Каково значение обратной связи в процессе связей с общественностью? Приведите примеры нарушения коммуникативного процесса из-за отсутствия обратной связи.
3. Определите, какие характеристики объединяют такие технологии как PR, реклама и маркетинг. Все три технологии...:
 - а) направлены на непосредственное получение прибыли;
 - б) рассчитаны на получение «быстрого» эффекта;
 - в) изначально являются «ответом» производителей на «вызовы» рынка;
 - г) предполагают в качестве начального этапа проведение исследований;
 - д) ориентированы на использование агрессивных методов воздействия.
4. Можно ли использовать технологии PR во вред обществу, его основным социальным группам? Аргументируйте ответ.

Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-3 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-3.3)

1. Почему большинство персонала, занимающегося рекламой, работают в рекламных агентствах, а большинство людей, занимающихся PR, – в различных коммерческих и

некоммерческих организациях, а не в независимых PR-фирмах?

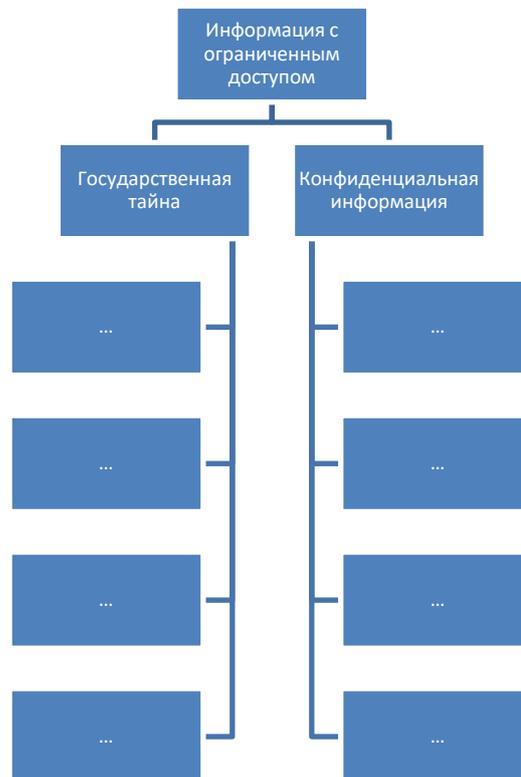
2. Охарактеризуйте основные модели связей с общественностью. В чем состоит специфика каждой из описанных моделей?
3. Выявите основные факторы, определяющие выбор PR-стратегии реагирования на кризисную ситуацию?
4. Как определить кризисные зоны в деятельности базисного PR – субъекта по признакам формирования кризиса?

Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-4 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-4.1)

1. Укажите функции связей с общественностью на макросоциальном, мезосоциальном и микросоциальном уровнях.
2. Для успеха PR – деятельности необходимы:
 - а) только прямые связи с целевыми группами общественности;
 - б) только обратные связи с целевыми группами общественности;
 - в) отсутствие каких-либо связей;
 - г) прямые и обратные связи с целевыми группами общественности.
3. Деятельность PR- менеджера направлена на ...:
 - а) сбыт остатков товара на складах;
 - б) расчет себестоимости товара;
 - в) подсчет всех затрат компании;
 - г) решение практических задач.
4. Исходя из выполняемых специалистами по связям с общественностью функций, охарактеризуйте их основные роли (эксперт, фасилитатор коммуникации, фасилитатор процесса решения проблем, коммуникационный техник, распорядитель коммуникации).

Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-4 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-4.2)

1. Проанализируйте российское законодательство, регулирующее информационную сферу, и выполните следующие задания:
 - Дайте определения основных юридических понятий информационной сферы: информация, право на информацию, информация с ограниченным доступом, коммерческая тайна, государственная тайна, персональные данные.
 - Охарактеризуйте правовые свойства информации.
 - Выделите права и свободы граждан в информационной сфере.
 - Продолжите схему:



- Почему вводятся запреты в информационной сфере?
- Какую роль информационное право играет в регулировании деятельности PR-специалиста?

2. Какие действия может предпринять сотрудник по связям с общественностью, чтобы избежать судебных исков о клевете?

3. Каким образом осуществляется регулирование в области связей с общественностью с помощью традиций, требований общей морали, общественного мнения?

4. Какие последствия возникают в случае несоблюдения Кодексов профессиональной этики в области PR?

- а) несоблюдение кодексов этики не влечет за собой никаких последствий;
- б) несоблюдение кодексов этики влечет юридическую ответственность;
- в) при несоблюдении кодексов этики выносится предупреждение о непрофессиональном поведении;
- г) несоблюдение кодексов этики влечет исключение из профессиональной ассоциации.

Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-4 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-4.3)

1. Определите, к какому виду планирования – стратегическому (1) или тактическому (2) – относятся следующие действия:

- а) определение миссии PR-кампании;
- б) постановка целей PR-кампании;
- в) разработка рекламных материалов для СМИ;
- г) разработка бюджета PR-кампании;
- д) разработка видения PR-кампании;
- е) постановка задач PR-кампании;
- ж) планирование специальных акций.

2. В уставе Нью-йоркской фондовой биржи сказано: «Мы призваны содействовать процессу увеличения капитала и управления активами путем создания высокорентабельного саморегулируемого рынка наивысшего качества для торговли финансовыми средствами...

Биржа должна служить форумом для обсуждения национальных и международных политических проблем». О чем идет речь?

- а) видение;
- б) миссия;
- в) цели;
- г) задачи.

3. Прокомментируйте предложенные утверждения:

- Стратегический подход к PR исходит из необходимости полного учета общефирменной стратегии хозяйственной деятельности;
- Стратегический подход к PR исходит из необходимости полного учета принципиальных свойств любой коммуникации как системы.

- а) первое утверждение является верным;
- б) второе утверждение является верным;
- в) оба утверждения являются верными;
- г) оба утверждения являются неверными.

4. Разработайте систему требований к тактическому планированию PR- кампании.

Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-6 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-6.1)

1. Систематизированные комплексы PR-деятельности, имеющие определенную конечную цель, которая должна быть достигнута в течение определенного времени и связана с решением определенной проблемы, называются:

- а) PR –акцией;
- б) PR-программой;
- в) PR – кампанией;
- г) PR - мероприятием.

2. Результаты ситуационного анализа в рамках PR – кампании обобщаются с помощью следующей процедуры:

- а) SWOT –анализа;
- б) STEP-анализа;
- в) матрицы BCG;
- г) сегментирования рынка.

3. Почему PR-программа должна планироваться на весь период PR- кампании, а не реализовываться в варианте повседневной, пошаговой деятельности?

4. На каком этапе подготовки и реализации PR-кампании обозначаются границы целевых аудиторий?

- а) оценка результатов;
- б) определение проблем, проведение исследований;
- в) реализация PR-программы;
- г) планирование программы.

Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-6 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-6.2)

1. По каким критериям в настоящее время оценивается степень сформированности коммуникативной личности?

2. Подготовка индивидуальных презентаций на тему «Самый эффективный PR-специалист в истории человечества». Расскажите о выбранном персонаже, его достижениях, неудачах. Аргументируйте свою позицию.

3. Сформулируйте основные правила общения с журналистами в условиях кризиса.

4. Определите, какое из утверждений является верным с точки зрения основных принципов работы со СМИ:

- а) Журналистам необходимо предоставлять всю интересующую их информацию, в том числе и относящуюся к служебной тайне;
- б) Ошибки в прессе появляются чаще всего из-за недостатка проверенных сведений, переданных журналистам, и реже - по злому умыслу самих журналистов;
- в) Оценивать журналиста следует по его личным достоинствам и недостаткам;
- г) «Без комментариев!» - лучший ответ на любой вопрос журналиста.

Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-6 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-6.3)

1. Опираясь на модель «четыре элемента сторителлинга», разработайте историю - легенду для конкретной организации (по выбору студента). Продемонстрируйте взаимосвязь миссии, истории-легенды, корпоративной философии и визуальных компонентов имиджа данной организации.
2. Приведите несколько примеров конкретных групп общественности, которым могут быть адресованы издания, выпускаемые компанией и ориентированные на внешнего читателя?
3. Определите направления и методы работы с персоналом в процессе формирования корпоративной культуры (организация выбирается студентом самостоятельно). Подготовьте доклад – презентацию по изученному материалу.
4. Подготовьте эссе на тему: «Интеграция PR – технологий в процессе управления брендами».

**3. Оценочные средства (оценочные материалы)
для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине**

Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-3 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-3.1)

1. Кто является автором концепции «электронно-коммуникативной революции»?
 - а) У. Шрамм б) Г. Шиллер в) Г. М. Маклюэн г) К. Дойч д) Дж. Гербнер.
2. Коммуникативное действие – это...
 - а) однократное завершённое коммуникационное взаимодействие, в ходе которого применительно к одному сообщению совершились процессы его создания, отправки и получения;
 - б) действие социального субъекта, связанное с выполнением функций источника или получателя сообщения;
 - в) цепь последовательных и взаимообусловленных коммуникативных актов.
3. На каком типе коммуникативного действия основано явление моды?
4. Какой метод регулирования отношений в сфере связей с общественностью лежит в основе Афинского кодекса IPRA (1965 г.)?
 - а) регулирование профессиональных обязанностей;
 - б) институционный метод;
 - в) предикативно-деятельностный метод;
 - г) установление принципов отношений.

Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-3 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-3.2)

1. Характеризуя эти модели PR – деятельности, американские исследователи И. Груниг и Т. Хант употребили такое выражение: «PR – специалисты больше говорят, нежели слушают». О каких моделях идет речь? Подтвердите свой ответ фактами из общественной жизни.
 - а) модель публицити;
 - б) модель информирования;
 - в) двусторонняя асимметричная модель;
 - г) двусторонняя симметричная модель.
2. Какие факторы оказывают влияние на выбор индивидом способа отработки информации?

- а) компетентность источника сообщения;
- б) темпоральные факторы;
- в) значимость информации для индивида;
- г) когнитивные способности реципиента;
- д) форма сообщения;
- е) способность источника сообщения вызвать доверие.

3. Какими методами осуществляет сегментирование?

4. Используя метод самоопределения и социометрический метод, выявите в студенческой группе «лидеров мнений» в следующих вопросах:

- учеба в вузе;
- «ночная жизнь» в городе;
- «проблемы жизни в общежитии»;
- организация и управление собственным бизнесом.

Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-3 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-3.3)

1. В начале XX в. дрессировщики братья Дуровы сначала выступали в цирке вместе, а потом рассорились. Владимир Дуров стал писать «Дуров - старший». Какую проблему при формировании собственного имиджа должен был решить его брат Анатолий?

2. При позиционировании бренда отечественные товаропроизводители чаще всего среди конкурентных преимуществ товара выделяют два: цена и качество (самые низкие цены; цены ниже, чем у конкурентов; оптимальное сочетание цены и качества...) Можно ли оценить такое позиционирование как удачное?

3. Что, на ваш взгляд, отличает процесс формирования имиджа государства? Какие методы могут быть использованы при этом процессе?

4. Определите инновационные PR - технологии, которые появились в схемах формирования брендов за последнее время.

Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-4 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-4.1)

1. В литературе выделяется целый ряд функций, которые связи с общественностью призваны выполнять в обществе. Определите, какая из указанных функций является системообразующей.

- а) функция социальной идентификации;
- б) регулятивная функция;
- в) информационная функция;
- г) функция управления;
- д) консультативная функция.

2. В качестве одной из основных задач PR – менеджеров выступает:

- а) поиск новых поставщиков;
- б) увеличение оборота компании;
- в) оперативное отслеживание изменений общественного мнения;
- г) совершение звонков потенциальным клиентам.

3. PR – специалистов называют «менеджерами-пограничниками», потому что они:

- а) имеют ненормированный рабочий день;
- б) работают на периферии деятельности организации;
- в) соединяют внутреннюю и внешнюю общественность фирмы;
- г) способствуют функционированию фирмы как закрытой системы.

4. В какой исторический период связи с общественностью оформились как самостоятельная сфера деятельности?

- а) XVIII в.; б) кон. XIX – нач. XX вв.; в) сер. XX в.; г) 80-е гг. XX в.

Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-4 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-4.2)

1. Используя метод самоопределения и социометрический метод, выявите в студенческой группе «лидеров мнений» в следующих вопросах:

- учеба в вузе;
- «ночная жизнь» в городе;
- «проблемы жизни в общежитии»;
- организация и управление собственным бизнесом.

2. Прочитайте повесть Редьярда Киплинга «Ким» (Режим доступа: http://www.fictionbook.ru/author/kipling_redyard/kim/read_online.html?page=1) и опишите образ эффективного коммуникатора.

3. Определите, перед какой целевой группой общественности произносится речь, главная идея которой выражена в тезисе:

- наша компания – надежный партнер;
- наша компания – ваш добрый сосед;
- наша компания – новатор в своей области;
- этот товар украсит ваш дом.

4. Как вы определите качественные и количественные результаты PR-деятельности?

Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-4 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-4.3)

1. Выделите наиболее оптимальные методики оценки эффективности бренда? Аргументируйте ответ.

2. Может ли PR - деятельность властных структур быть эффективной при неэффективной государственной политике? В какой мере эффективность государственной политики зависит от служб связей с общественностью?

3. Разработайте рекомендации, направленные на повышение эффективности внутреннего PR в рамках выбранной организации (организация выбирается студентом самостоятельно).

4. Проанализируйте коммуникационные потоки организации (кейс выдается преподавателем). Можно ли их признать удовлетворительными? Разработайте комплекс мер для повышения эффективности коммуникации. Какие условия необходимо соблюсти, чтобы предложенная система заработала? Обоснуйте ответ.

Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-6 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-6.1)

1. Укажите автора работы «Нервы управления. Модели политической коммуникации и контроля».

а) К. Шеннон; б) Н. Винер; в) К. Леви-Стросс; г) М.С. Каган; д) К. Дойч.

2. В теории выделяют четыре типа моделей организации, отражающих различные представления о роли PR. К какой из них относится следующая характеристика:

«Общественное значение организации усиливает роль и воздействие на ее работу социальных норм и ценностей, культурных и моральных установок как внутри системы, так и в отношениях с внешней средой. Все компоненты этой системы обладают потенциалом влиять друг на друга как части системы: состояние одного компонента может изменить состояние другого, требуя корректировки и других частей системы. В связи с этим на менеджмент (и PR как его составной части) ложится задача укрепления духа сотрудничества и вовлеченности работников в дела организации, а также постоянного балансирования интересов основных групп, вовлеченных в дела организации, необходимого для укрепления позиций предприятия в обществе?»

а) модель механистической конструкции организации;

- б) модель, построенная по принципу разделения труда на основе теории человеческих отношений и поведенческих наук;
 - в) модель, построенная по принципу сложной иерархической системы, тесно взаимодействующей с социальным окружением;
 - г) модель, построенная на базе концепции заинтересованных групп.
3. Выберите из приведенных ниже характеристик те, которые отвечают процессу медиации.
- а) принятые решения носят юридический характер и обязательны для исполнения;
 - б) третья сторона выступает в роли нейтрального посредника;
 - в) цель третьей стороны – помочь оппонентам прийти к согласию;
 - г) решения основываются на принципе: «прав тот, на чьей стороне закон».
4. Построение внутриорганизационных коммуникаций определяется:
- а) типом организации;
 - б) корпоративным кодексом;
 - в) конкурентными преимуществами фирмы;
 - г) конъюнктурой рынка.

Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-6 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-6.2)

1. Предложите несколько способов, при помощи которых обратная связь может способствовать более активному вовлечению сотрудников в дела компании (организация выбирается студентом самостоятельно).
2. Определите направления работы с персоналом в процессе формирования корпоративной культуры (организация выбирается студентом самостоятельно). Подготовьте доклад – презентацию по изученному материалу.
3. Какой из приемов управления информационными потоками основывается на феномене социального конформизма? Оцените эффективность его использования в рекламной кампании продуктового магазина.
4. Анализ Положений о службах по связям с общественностью субъектов РФ показывает, что почти повсеместно акцент сделан только на одной функции PR – структур в органах государственной власти – информировании населения о деятельности администрации. Чем можно объяснить такое положение вещей?

Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-6 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-6.3)

1. Проанализируйте пресс-релиз «Водоканала», посвященный фестивалю экологического кино «Зеленый взгляд» и укажите ошибки, допущенные при его написании.
«Международный фестиваль экологического кино уже в девятый раз проводится по инициативе Комитета по природопользованию, охране окружающей среды и обеспечению экологической безопасности... В рамках Недели окружающей среды своим опытом экологического воспитания поделится и Детский экологический центр "Водоканала". Для этого 20 сентября в 16.00 здесь пройдет День открытых дверей... 23 сентября в Детском экологическом центре "Водоканала" пройдет День экологической журналистики».
2. В ходе исследований, проведенных в 1940-х годах, П. Лазарсфельдом, Б. Берельсоном и Г. Годе было доказано, что люди обладают способностью сопротивляться манипулятивному воздействию особенно по мере того, как полученные ими «послания» вступают в конфликт с уже приобретенными убеждениями и сформировавшимся мнением, а также нормами социальной группы, к которой принадлежит реципиент, или референтной группы, на которую он ориентируется.. Какие, на Ваш взгляд, выводы для развития PR-деятельности можно сделать на основе полученных результатов?
3. Г. Блуммер в своей работе «Коллективное поведение» выделяет 3 основных способа, которыми пропаганда достигает своих целей. Определите, какой из них с теоретической точки зрения не может использоваться в PR – деятельности. Обоснуйте свое мнение.

- а) подтасовка фактов и предоставление ложной информации;
- б) использование внутригрупповых и внегрупповых установок;
- в) использование эмоциональных установок и стереотипов, которыми люди уже обладают, путем выстраивания ассоциаций между этими установками и задачами пропагандиста.

4. В N г. в печати появились предположения о том, что причинами нескольких автокатастроф в южных штатах США послужило неудовлетворительное качество шин, произведенных компанией Firestone. В жаркую погоду водители не справлялись с управлением, и автомобили переворачивались. В первую очередь речь шла об автомашинах Ford Explorer. Предположение оказалось верным. Но счет жертв пошел уже на десятки. Сообщения о катастрофах подобного рода пришли из Венесуэлы и Саудовской Аравии. Скандал начал приобретать международный характер.

Как бы Вы, в соответствии с «принципами Тейленола», посоветовали поступить руководству корпорации Ford Motor?

4. Оценочные средства (оценочные материалы) для проведения промежуточной аттестации обучающихся (защиты курсовой работы) по дисциплине

Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-3 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-3.1)

1. Каковы социологические методы изучения коммуникации в организации?
2. Какие методы управления описаны в курсовой работе?
3. Опишите методы сбора информации, использованные в курсовой работе.
4. В чем достоинства и недостатки опросных методов при изучении проблемы исследований, представленной в курсовой работе.

Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-3 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-3.2)

1. Каковы возможности опросных социологических методов при изучении темы курсовой работы?
2. Какие методы маркетинговых исследований применяются в рамках проекта?
3. Раскройте возможности сочетания качественных и количественных методов анализа темы проекта.
4. Каков потенциал экспериментальных социологических методик при изучении темы?

Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-3 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-3.3)

1. Назовите социологические методы, использованные для разработки прикладной части курсовой работы.
2. Каковы пути оптимизации функционирования изучаемого явления?
3. Какие рекомендации можно предложить по итогам изучения темы курсовой работы?
4. Каким социальным субъектам (органам, учреждениям, предприятиям) адресованы рекомендации, предложенные в курсовой работе?

Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-4 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-4.1)

1. В чем специфика социологического анализа темы курсовой работы?
2. Охарактеризуйте метод социометрии. Необходимо ли его применение в рамках проекта?
3. Опишите процедуру и результаты Хотторнских экспериментов.
4. Раскройте возможности социометрического метода в изучении коммуникативных процессов в малой группе и повышении эффективности труда.

Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-4 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-4.2)

1. Какие теоретические подходы к исследованию социальной ответственности можно выделить?
2. Какие компоненты входят в структуру коммуникативной компетентности PR-специалиста?
3. Выделите проблемы правового регулирования PR – деятельности.
4. Какие требования следует соблюдать при разработке стратегии PR – кампании?

Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-4 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-4.3)

1. Предложите систему PR-мероприятий, направленных на сохранение репутации конкретной коммерческой организации в период кризиса? Обоснуйте необходимость их подготовки.
2. Составьте идеальную модель подготовки корпоративного издания. Определите, как трансформируется эта модель в зависимости от типа базисного PR-субъекта.
3. Предложите план проведения ситуационного анализа в рамках организации PR-кампании антинаркотической направленности.
4. Предложите возможные тематики PR – кампаний для учреждений культуры и искусства Тульской области.

Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-6 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-6.1)

1. Опишите методологию исследования, используемую в курсовой работе.
2. Укажите документальные источники, использованные для сбора количественной информации.
3. Охарактеризуйте качественные стратегии сбора информации в рамках курсовой работы.
4. Опишите методы сбора информации, использованные в курсовой работе.

Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-6 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-6.2)

1. Какие социально-коммуникативные технологии повышения эффективности труда предложены в курсовой работе?
2. Опишите систему взаимосвязей организации, которая выступает объектом курсовой работы.
3. Чем эффективность труда отличается от производительности и результативности труда?
4. Какие методы повышения эффективности труда носят коммуникативный характер?

Перечень контрольных заданий и (или) вопросов для оценки сформированности компетенции ПК-6 (контролируемый индикатор достижения компетенции ПК-6.3)

1. Каковы пути оптимизации функционирования изучаемого явления?
2. Какие рекомендации можно предложить по итогам изучения темы курсовой работы?
3. Каким социальным субъектам (органам, учреждениям, предприятиям) адресованы рекомендации, предложенные в курсовой работе?
4. Разработайте систему критериев оценки кампаний по связям с общественностью при продвижении Интернет-проектов. Какие сложности могут возникнуть при их измерении?