

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Таскаев Сергей Валерьевич  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 16.09.2025 15:16:25  
Уникальный программный ключ:  
04c19ed8bfb98f3b6cb77a486b9a8788b8322323

**Фонд оценочных средств  
для промежуточной аттестации  
по дисциплине**

PR-технологии и связи с общественностью

**Направление подготовки (специальность)**

«Государственное и муниципальное управление»

**Направленность (профиль)**

«Система государственного и муниципального управления»

**Присваиваемая квалификация (степень)**

бакалавр

**Форма обучения**

Очная, очно-заочная

Челябинск 2025 г.



## **Содержание**

- 1. Паспорт фонда оценочных средств**
- 2. Перечень формируемых компетенций**
  - 2.1. Компетенции, закреплённые за дисциплиной**
- 3. Содержание оценочных средств по дисциплине**
  - 3.1 Виды оценочных средств**
  - 3.2 Содержание оценочных средств**
- 4 Порядок проведения и критерии оценивания промежуточной аттестации**
  - 4.1. Порядок проведения промежуточной аттестации (защиты отчета)**
  - 4.2. Критерии оценивания промежуточной аттестации по видам оценочных средств.**
  - 4.3. Результаты промежуточной аттестации и уровни сформированности компетенций**

## 1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Направление подготовки: 38.03.04 Государственное и муниципальное управление

Направленность (профиль) «Система государственного и муниципального управления»

Дисциплина: PR-технологии и связи с общественностью

Семестр (семестры) изучения: для очной формы обучения - 5 семестр, для очно-заочной формы обучения – 6 семестр.

Форма промежуточной аттестации: зачет

Для очной формы обучения применяется балльно-рейтинговая система оценивания.

## 2. ПЕРЕЧЕНЬ ФОРМИРУЕМЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ

### 2.1. Компетенции, закреплённые за дисциплиной

Изучение дисциплины направлено на формирование следующих компетенций:

Коды компетенции согласно ФГОС (ОПОП ВО)	Содержание компетенций согласно ФГОС (ОПОП ВО)	Индикаторы достижения компетенции согласно ОПОП	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
1	2	3	4
ОПК-5	Способен использовать в профессиональной деятельности информационно-коммуникационные технологии, государственные и муниципальные информационные системы; применять технологии электронного правительства и предоставления государственных (муниципальных) услуг;	ОПК-5.2. Знает способы взаимодействия со средствами массовой информации, формы и содержание информационных сообщений для обществу	Знать: Знает основные программные средства государственных и муниципальных информационных систем и сферу их применения в области профессиональных задач Уметь: Использует в профессиональной деятельности навыки работы с законами и иными нормативно-правовыми актами, регламентирующими порядок и организацию предоставления государственных и муниципальных услуг Владеть: Владеет основными информационными коммуникационными технологиями

## 3. СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

### 3.1 Виды оценочных средств

№ п/п	Код компетенции/ планируемые результаты обучения	Контролируемые темы, разделы	Наименование оценочного средства для текущего контроля	Наименование оценочного средства на промежуточной аттестации/№
-------	--	------------------------------	--	--

				задания
1.	ОПК-5 Знать: Знает основные программные средства государственных и муниципальных информационных систем и сферу их применения в области	Понятие и сущность связей с общественностью. Взаимодействие органа власти со СМИ. Информационные ресурсы в органах власти.	тест, вопросы для устного опроса (собеседования), практическое задание	Теоретические вопросы для собеседования №1,3,4-8 Задания теста №1-33, 65,66 Практическое задание № 6,9,11
2.	профессиональных задач Уметь: Использует в профессиональной деятельности навыки работы с законами и иными нормативно-правовыми актами,	Основные практические мероприятия PR. Антикризисный пиар. Формирование благоприятного имиджа (образа) PR-субъекта.	тест, вопросы для устного опроса (собеседования), практическое задание	Теоретические вопросы для собеседования №31-39,52 Задания теста № 34-56, 67-70 Практическое задание № 1,4,5,7,8,10
3.	регламентирующими порядок и организацию предоставления государственных и муниципальных услуг Владеть: Владеет основными	Современное взаимодействие государства и гражданского общества	тест, вопросы для устного опроса (собеседования), практическое задание	Теоретические вопросы для собеседования № 2,10-30,41-51 Задания теста № 57-64 Практическое задание №2,3,12
4.	информационными коммуникационными			
5.	технологиями			
6.				
7.				
8.				

*Типовые задания, критерии и показатели оценивания в рамках текущего контроля представлены в рабочей программе по дисциплине. Полные комплекты оценочных средств и контрольно-измерительных материалов хранятся на кафедре и являются учебно-методическими материалами ограниченного (конфиденциального) пользования.*

### **3.2 Содержание оценочных средств**

Оценочные средства промежуточной аттестации представлены базой вопросов для тестирования, теоретических вопросов для собеседования и практическими заданиями.

#### **3.2.1 База тестовых вопросов.**

**1. PR-это одна из функций управления, способствующая установлению и поддержанию общения, взаимопонимания, расположения и сотрудничества между:**

- 1) организацией и службами рекламы
- 2) организацией и средствами массовой информации
- 3) организацией и ее общественностью**
4. организацией и службами PR

**2. Какое из средств массовой информации является самым массовым:**

- 1) радио
- 2) телевидение**
- 3) пресса

**3. Формирование стойкого мнения, отношения, взглядов, представлений путем доказательства привлекательности той или иной идеи или цели называется:**

- 1) внушением
- 2) убеждением**
- 3) программированием
- 4) гипнозом

**4. Непосредственное привитие психических состояний, то есть идей, чувствований и ощущений, не требующее никаких доказательств и не нуждающееся в логике называется:**

- 1) принуждением
- 2) программированием
- 3) внушением**

**5. Целенаправленное распространение негативной информации в СМИ называется:**

- 1) черный PR**
- 2) клевета (диффамация)
- 3) белый PR

**6. Директ-мэйл - это:**

- 1) прямая рассылка писем по предварительно выбранным адресам**
- 2) электронное письмо другу
- 3) электронный адрес

**7. Укажите временной период, когда были предприняты первые попытки воздействия на общественное мнение:**

- 1) Новое время
- 2) Античность**
- 3) Средневековье

**8. Одной из задач PR является:**

- 1) создание новых отделений организации в регионах
- 2) определение рекомендаций по созданию и совершенствованию имиджа организации**
- 3) оптимизация структуры управленческого аппарата

**9. Одной из задач PR является:**

- 1) улучшение взаимопонимания между организацией и контактными аудиториями**
- 2) оптимизация структуры управленческого аппарата
- 3) создание новых отделений организации в регионах

**10. Что способствует росту доверия персонала к руководству:**

- 1) увеличение числа занятых
- 2) применение дисциплинарных мер
- 3) своевременные и более четкие коммуникации**

**11. В эффективно действующих компаниях внешние факторы находятся под постоянным контролем со стороны руководства предприятия, так ли это:**

- 1) нет**

- 2) да
- 3) Отчасти

**12. Какой может быть обратная связь в процессе коммуникации:**

- 1) директивной и недирективной
- 2) положительной и отрицательной**
- 3) прямой и косвенной

**13. Что из представленного ниже, относится к экстралингвистическим элементам невербальной коммуникации:**

- 1) улыбка
- 2) плач
- 3) смех**

**14. Определите понятие «организация службы связи с общественностью»:**

- 1) Коммуникации в обществе
- 2) Работа средств массовой информации (СМИ)
- 3) Коммуникации между субъектом и социальной средой, помогающие укреплению доверия
- 4) Управленческая деятельность, направленная на установление взаимовыгодных, гармоничных отношений между организацией и общественностью, от которой зависит успех функционирования этой организации**

**15. Определите, что такое «общественность»:**

- 1) Элементы социальной структуры
- 2) Социальная среда
- 3) Общественные настроения, политическая, правовая и социальная культура
- 4) Всё множество людей, составляющих аудиторию**

**16. Укажите, что является общественным мнением:**

- 1) Твердо устоявшаяся система понятий по какой-либо проблеме**
- 2) Неустойчивые представления и взгляды большой группы людей
- 3) Рекомендуемая государством позиция по определенному вопросу
- 4) Желание исключительно всех членов общества

**17. Укажите, какая из перечисленных функций не относится к функциям PR-деятельности:**

- 1) Организационная
- 2) Распределительная**
- 3) Планирование
- 4) Исследовательская

**18. PR-это использование информации для влияния на:**

- 1) общественное мнение**
- 2) государственные органы власти
- 3) средства массовой информации
- 4) покупателей

**19. С какого времени управление общественными отношениями (PR) считается элементом цивилизованных отношений власти и общества?**

- 1) с начала XVIII века
- 2) с начала XIX века
- 3) с начала XX века**
- 4) с начала XXI века

**20. Что используется в PR для влияния на общественное мнение?**

- 1) Информация**
- 2) законодательные акты
- 3) коммерческие организации
- 4) подручные средства.

**21. Кем впервые официально был использован термин "Паблик Рилейшнз"?**

- 1) Деном Форрестолом
- 2) Томасом Джефферсоном
- 3) Джоржем Бушем младшим
- 4) Семом Блейком

**22. Что является главной целью PR?**

- 1) изменение общественного мнения
- 2) повышение уровня продаж
- 3) доведение информации до потребителей
- 4) повышение рейтинга компании

**23. Что является объектом PR?**

- 1) средства массовой информации
- 2) общество
- 3) информация
- 4) коммерческие организации

**24. Какая задача из перечисленных ниже не является задачей государственной информационной политики?**

- 1) формирование общенациональных ценностей
- 2) модернизация информационно-телекоммуникационной инфраструктуры
- 3) удовлетворение информационных потребностей всех слоев населения
- 4) создание новых рабочих мест

**25. Регулируемый законом процесс реализации права и государства, наделяющий качеством быть юридическим лицом гражданской нации, называется:**

- 1) публично-правовым
- 2) политико-правовым
- 3) социально-правовым

**26. В определении СМИ как “четвертой власти” отражается их ведущая роль в:**

- 1) структуре бизнеса и экономики
- 2) количестве информационных средств
- 3) формировании общественного мнения

**27. Какой из нижеуказанных кодексов не связан с PR деятельностью**

- 1) Кодекс ИПРА (IPRA)
- 2) Кодекс этики государственных служащих

**3) Трудовой кодекс**

- 4) Гражданский кодекс
- 5) Административный кодекс

**28. Какие аспекты PR деятельности отражает "Кодекс профессиональной этики Российских журналистов"**

- 1) финансовые
- 2) материальные
- 3) этические
- 4) гражданские

**29. В каком виде существуют профессиональные стандарты поведения специалистов PR?**

- 1) Существуют в виде кодексов профессионального поведения

- 2) Существуют в виде государственных стандартов качества
- 3) Существуют в виде законодательно установленных правил

**30. Какова первоначальная задача организации связей с общественностью в избирательной кампании:**

- 1) Помощь кандидату с целью мобилизации поддержки населения

**2) Разработка избирательной стратегии**

- 3) Дискредитация противников кандидата
- 4) Сбор информации в ходе кампании

**31. Выберите определение, соответствующее понятию «манипулирование»:**

- 1) Распространение действительных или заведомо правдивых сведений для достижения пропагандистских, политических, военных и других целей
- 2) Простой способ, предлагающий прямой обман тех, кого информируют
- 3) Система информационно – технических действий, принципом которой является обеспечение реализации политических целей на основе более или менее уважительного отношения к гражданам, как к потребителям информации, где главным принципом выступает открытость информации

**4) Тип скрытого и неявного информирования, программирование намерений получателя информации, которые построены на игнорировании роли получателя информации и по отношению к нему, как к средству достижения собственных целей**

**32. Укажите, что является манипулированием общественным мнением:**

- 1) Создание имиджевых структур в обществе
- 2) Предвыборная ПР-кампания
- 3) Создание иллюзий относительно целей и средств применяемых властью
- 4) Формирование положительного образа политической власти

**33. Укажите, какими способами нежелательно управлять информацией в обществе:**

- 1) Дозированием
- 2) Помехами в организации СМИ как юридических лиц
- 3) Созданием единого информационного поля+
- 4) Преувеличением значимости отдельных деталей

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

- 1) дает возможность ограничиться красивой фразой
- 2) облегчает задачу интервьюируемому
- 3) может быть важно для тех, кто недостаточно знает вашу организацию

**35. Из перечисленного к правилам построения коммуникаций с персоналом организации относится:**

**1) последовательность и регулярность коммуникаций**

- 2) подготовка и рассылка пресс-релизов в СМИ
- 3) усиление контроля на всех рабочих местах

**36. Интервью:**

- 1) художественное описание работы фирмы
- 2) обзор событий

**3) беседа в форме вопросов и ответов**

**37. Оптимальная продолжительность доклада на конференции составляет:**

- 1) не более 10 минут
- 2) 2-3 минуты
- 3) 20 минут

**38. Хрестоматийным примером организации специальных событий стал проект Бернайза по проведению юбилея изобретателя Эдиссона. Целью PR-проекта было:**

- 1) привлечение внимания общественности к необходимости улучшения качества электрооборудования
- 2) улучшение имиджа компании «Дженерал Электрик», используя юбилей ученого-электрика
- 3) проведение сбора пожертвований в пользу Эдиссона

**39. Управленческая компетенция специалиста PR предполагает:**

- 1) владение иностранными языками
- 2) знание математических методов обработки информации

**3) стратегическое мышление**

**40. Чтобы содействовать эффективной коммуникации, PR-специалистам необходимо знать мнение различных групп общественности. Для этого следует:**

- 1) налаживать тесное сотрудничество с властями
- 2) применять научные методы изучения общественного мнения
- 3) распространять информацию об организации

**41. Основной недостаток подчинения PR-отдела одному из функциональных подразделений, а не руководству организации состоит том, что:**

- 1) руководитель PR-подразделения теряет шанс стать во главе всей организации
- 2) теряется возможность поддерживать доверие общественности не к одному подразделению, а ко всей организации
- 3) утрачивается свобода общения с представителями СМИ

**42. Проведение личных встреч с гражданами позволяет органам власти:**

- 1) повысить эффективность коммуникаций
- 2) добиться роста банковских кредитов
- 3) снизить себестоимость продукции

**43. Политическая предвыборная агитация кандидата на выборный мандат разрешена**

- 1) с момента регистрации в избирательной комиссии:
- 2) с момента уведомления избирательной комиссии о выдвижении кандидата (списка кандидатов)
- 3) за 30 дней до дня голосования

**44. «Лидеры мнений» — это:**

- 1) люди, занимающиеся организацией и проведением избирательных кампаний
- 2) 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
- 3) люди, способные влиять на установки или поведения других индивидов в нужном направлении

**45. Отметьте, что является слоганом:**

- 1) Обозначение товарного знака
- 2) Словосочетание, кратко выражающее содержание обращения, эмоционально заряженное**
- 3) Процесс разработки фирменного наименования
4. Разработка рекламного сообщения о деятельности компании
46. Укажите, как называется встреча представителей власти со СМИ с целью информирования общественности:
  - 1) Интервью
  - 2) Пресс-конференция**
  - 3) Презентация
  - 4) Брифинг
47. Укажите, чем пресс-конференция отличается от брифинга:
  - 1) На пресс-конференции присутствует большее количество выступающих
  - 2) Брифинг проводят чаще в государственных организациях, пресс-конференцию – в организациях любой формы собственности и вида деятельности
  - 3) На брифинге, в отличие от пресс-конференции, журналисты не могут задавать вопросы
  - 4) Брифинг собирают с целью передать краткое информационное сообщение, пресс-конференцию – чтобы подробно осветить информационный повод**
48. Исключите лишнюю коммуникационную модель PR:
  - 1) Двусторонний ассиметричный PR
  - 2) Манипулятивная модель**
  - 3) Коммуникационная модель
  4. Двусторонний симметричный PR
49. Исключите понятие, не относящееся к специальным пресс-мероприятиям:
  - 1) Семинары
  - 2) Пресс-конференции
  - 3) Брифинг
  - 4) Интервью**
50. Укажите, что такое контент-анализ СМИ:
  - 1) Выявление принципиальных и скрытых смыслов информации+**
  - 2) Контроль эффективности сообщений для СМИ
  - 3) Оценка негативных материалов прессы
  - 4) Характеристика графического оформления сообщений в СМИ
51. При проведении PR кампании персонал компании и члены их семей являются:
  - 1) внутренней целевой аудиторией**
  - 2) ключевой аудиторией
  - 3) корпоративной аудиторией
52. Имидж носит характер:
  - 1) реалистичный
  - 2) общий
  - 3) стереотипный**
  - 4) частный
53. Укажите, какое утверждение является неадекватной реализацией антикризисного PR:
  - 1) PR-службы должны действовать по принципу полного умалчивания проблем и кризиса**
  - 2) PR-службы должны обязательно доводить информацию до целевой аудитории
  - 3) PR-службы должны осуществлять контроль за тем, чтобы информация о кризисе была доведена до общественности без искажения
  - 4) PR-службы должны преподносить информацию в том виде, в каком это выгодно руководству и самой организации
54. Укажите, что следует называть имиджем:
  - 1) Публичный образ политика или иного известного человека

- 2) Визуальный образ компании
- 3) Образ PR-субъекта, сформировавшийся у целевой аудитории
- 4) **Целенаправленно создаваемый образ PR-субъекта**

55. Постояннодействующим координирующим органом Открытого правительства является:

- 1) Генеральный прокурор
- 2) Объединенный разведывательный комитет

**3) Правительственная комиссия**

- 4) Экспертный центр

56. Каждый орган государственного управления имеет свои подразделения, осуществляющие социальные взаимодействия — это:

**1) служба связей с общественностью**

- 2) служба доставки
- 3) сервисная служба
- 4) служба занятости

**57. Проведением экспертизы социально-значимых решений органов власти в системе «Открытое правительство» занимается:**

- 1) органы местного самоуправления
- 2) **Экспертный совет**
- 3) органы государственной власти РФ
- 4) Министр Российской Федерации

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

- 1) распространение сведений о новых товарах компании

**2) участие в программах городского развития**

- 3) подготовка и рассылка годового отчета фирмы

59. Что не является задачей государственного PR:

- 1) Обеспечение населения регулярной информацией о политике, планах и достижениях органов власти

- 2) Информирование общественности по вопросам законодательства

**3) Информирование о ценах на товары и услуги в регионе**

- 4) Просвещение общественности по вопросам, входящим в сферу ответственности органов власти

60. Информирование общественности по вопросам изменения законодательства является задачей:

- 1) политического PR
- 2) бизнес-PR

### 3) государственного PR

#### 4) социального PR

61. Что входит в структуру гражданского общества:

- 1) исполнительная власть
- 2) законодательная власть
- 3) судебная власть

#### 4) политические партии

62. Основными признаками гражданского общества являются:

- 1) отсутствие образовательного уровня
- 2) развитые демократические процессы
- 3) отсутствие социальных отношений
- 4) правовая незащищенность граждан

63. Цель общественного контроля:

- 1) взаимодействие профессионалов
- 2) взаимодействие институтов гражданского общества между собой
- 3) взаимодействие человека и природы
- 4) взаимодействие институтов гражданского общества с органами власти

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

- 1) мероприятия по защите окружающей среды
- 2) подготовка и рассылка годового отчета фирмы
- 3) распространение сведений о новых товарах компании

65. Международная ассоциация публик рилейшнз была основана в:

**Ответ: в 1955 году**

66. Наиболее эффективное лоббирование ведется:

**Ответ: отраслевыми ассоциациями**

67. Объем пресс-релиз составляет:

**Ответ: 1 стр.**

68. Одним из первых PR-проектов в финансовой сфере стал «Займ свободы». Смысл этого мероприятия сводился к:

**Ответ: распространению облигаций для поддержания военных усилий США в I мировой войне**

69. Подготовка любого специального события начинается с:

**Ответ: определения цели акции**

70. Специальное событие — это мероприятие, проводимое компанией в целях ...

## **Ответ: привлечения внимания к самой компании**

### **3.2.2 База теоретических вопросов для собеседования**

1. Подходы к пониманию термина «связи с общественностью», изменение функций связей с общественностью в условиях различных типов государственного управления.
2. Современное взаимодействие гражданского общества и государства, его отличие от взаимодействия власти и граждан в традиционном обществе.
3. История государственного PR в России с древности до начала XX в.
4. Понятие и становление public relations. Отличия PR от связей с общественностью в органах власти.
5. Зарубежный опыт государственного PR в XIX—XX вв.
6. Понятие и сущность рекламной деятельности. Ее отличия от связей с общественностью в органах власти.
7. Сравнительные особенности понятий public relations, агитации, пропаганды и связей с общественностью в органах власти, генезис их становления и развития.
8. Лоббирование и его отличия от связей с общественностью.
9. Имидж, фирменный стиль и бренд. Их специфика в государственном управлении.
10. Правовые основы работы с обращениями граждан в Российской Федерации.
11. Классификация обращений в органы власти (по содержания и по форме) и особенности работы с ними.
12. Ответы на письменные обращения: правовые нормы, этикет и опыт.
13. Особенности работы с устными обращениями: правовые нормы, этикет и опыт.
14. Ответы на обращения в электронном виде: правовые нормы, этикет и опыт.
15. Алгоритм (этапы) работы с письменными обращениями, включая сроки рассмотрения.
16. Порядок и особенности работы исполнителей с обращением.
17. Оформление служебных писем.
18. Личный прием граждан должностными лицами.
19. Деятельность общественных приемных государственных органов.
20. Практика проведения общественных (публичных) слушаний.
21. Организация горячих линий (прямых линий) государственными органами.
22. Встречи с населением по месту жительства как форма взаимодействия должностных лиц и общественности.
23. Правила общения по телефону, телефонный этикет государственного служащего.
24. Формы участия населения в осуществлении местного самоуправления.
25. Понятие государственных услуг и особенности правового регулирования.
26. Государственные услуги и административная реформа: российский и зарубежный опыт.
27. Административные регламенты оказания государственных услуг.
28. Многофункциональные центры оказания государственных услуг. Межведомственное электронное взаимодействие при оказании государственных услуг.
29. Портал государственных услуг. Реестр государственных услуг. Универсальная электронная карта. Оценка общественной удовлетворенности качеством государственных услуг.
30. Цели, принципы деятельности и функции подразделений (специалистов) государственных органов по связям с общественностью. Квалификационные требования к специалистам по связям с общественностью.
31. Формы взаимодействия государственных органов со СМИ и их эффективность.
32. Подготовка мероприятий и информационных материалов для прессы.
33. Правовые основы и характеристика федеральных информационных ресурсов.
34. Федеральный закон от 9 февраля 2009 г. № 8-ФЗ «Об обеспечении доступа к

информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления».

35. Типовая структура, порядок наполнения и ведения федеральных порталов и ведомственных сайтов ФОИВ.

36. Правовые основы и характеристика официальных порталов субъектов РФ.

37. Общая характеристика и этапы внедрения концепции электронного правительства в Российской Федерации. Федеральные программы «Электронная Россия» и «Информационное общество».

38. Государственные СМИ: история, особенности и характеристика деятельности в Российской Федерации.

39. Социальные медиа. Использование блогов и социальных сетей органами власти и государственными деятелями.

40. «Открытое правительство»: понятие, правовые основы, особенности реализации. Опыт зарубежных государств в реализации концепции «Открытого правительства»

41. Понятие «открытость» и его реализация в системе государственного управления.

42. Система управления инфраструктурой и инструментами «Открытого правительства»: Министр РФ, Правительственная комиссия, Экспертный совет.

43. Инфраструктура и элементы Открытого правительства.

44. Концепция открытых данных и характеристика ее реализации в России.

45. Участие граждан в государственном и муниципальном управлении: краудсорсинг, петиции, общественный контроль.

46. Проект «Российская общественная инициатива». Проект «Бюджет для граждан».

47. Общественная палата РФ: правовые основы, комплектование, опыт функционирования.

48. Общественные и экспертные советы при федеральных и региональных государственных органах.

49. Участие независимых экспертов в деятельности комиссий государственных органов.

50. Общественная экспертиза проектов правовых актов.

51. Публичная оценка эффективности деятельности государственных органов.

52. Управление процессами формирования общественного мнения.

### 3.2.3 База практических заданий

Оценка сформированности умений и владений осуществляется с помощью практических заданий

№ п/п	Формулировка задания	Ответ или вариант решения
1.	Главные требования к пресс-релизу:	наличие заголовка; наличие общественно значимого факта;
2.	Предельный срок рассмотрения письменного обращения составляет:	30 дней со дня регистрации;
3.	Основные функции Правительственной комиссии в сфере построения системы «Открытое правительство» являются:	организация общественной экспертизы нормативных правовых актов органов власти, рассмотрение предложений
4.	Уточните последовательность построения лояльности персонала организации	1) лояльность своей команде 2) лояльность отделению

		3) лояльность организации 4) лояльность корпорации в целом
5.	Подготовка приемов включает составление плана рассадки гостей. К самым почетным относятся места:	рядом с хозяевами
6.	«Систематическое распространение сообщений среди численно больших рассредоточенных аудиторий» — является определением понятия...	массовая коммуникация
7.	Президент США Ф. Рузвельт в 30-е годы XX в. для укрепления своего имиджа	в радиобеседах «у камина» разъяснял населению суть своих реформ
8.	Одним из элементов подготовки к проведению конференции является:	Разработка программы хода мероприятия
9.	Кредо одного из создателей современных ПР Айви Ли, касающееся отношений предпринимателя и публики, заключается в том, что ...	общественность необходимо информировать
10.	Пресс-конференция проводится:	для передачи информации по теме, которая вызовет вопросы журналистов
11.	Последнее по времени появления средство массовой информации, широко применяемое в интересах ПР	Интернет
12.	Формой участия граждан в местном самоуправлении НЕ является:	выборы главы субъекта Федерации;

#### **4 ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

##### **4.1. Порядок проведения промежуточной аттестации (зачета)**

Непосредственно зачет проводится в 3 этапа.

На первом этапе студент выполняет тест из 20 вопросов.

Продолжительность – 20 минут.

На втором этапе студент готовит ответ на один из теоретических вопросов для собеседования. Продолжительность – 20 мин.

На третьем этапе студент выполняет практическое задание. Продолжительность 20 мин.

##### **4.2. Критерии оценивания промежуточной аттестации по видам оценочных средств.**

###### **4.2.1. Критерии оценивания теоретического вопроса для собеседования**

<b>Отлично/ 9-10 баллов</b>	<b>Хорошо/ 6-8 баллов</b>	<b>Удовлетворительно/ 3-5 баллов</b>	<b>Неудовлетворительно/ 0-2 балла</b>
Высокий уровень освоения	Средний уровень освоения	Базовый уровень освоения	Низкий уровень освоения проверяемых

проверяемых компетенций	проверяемых компетенций	проверяемых компетенций	компетенций
Обучающийся глубоко знает вопрос, понимает сущности и взаимосвязи управленческих процессов и явлений, умеет грамотно оперировать управленческими категориями, аргументированно и развернуто изложить свою точку зрения, применить полученные знания, свободно приводя примеры, дает полные ответы на основные и дополнительные вопросы.	Обучающийся хорошо знает материал, умеет оперировать управленческими категориями, но допускает несущественные неточности, изложить свою точку зрения, применить полученные знания, приводя примеры, дает неполные ответы на основные и дополнительные вопросы.	Обучающийся удовлетворительно знает материал, излагает его не в полной объеме либо с ошибками, умеет оперировать управленческими категориями, но допускает существенные неточности, затрудняется аргументировать свою точку зрения, применить полученные знания, приводя примеры, не дает ответы на дополнительные вопросы.	Обучающийся не разобрался с основными категориями, обнаруживает пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допускает принципиальные ошибки.

#### 4.2.2. Критерии оценивания теста

Тест может формироваться в системе электронного обучения MOODLE либо в печатном варианте.

Оценка	Отлично	Хорошо	Удовлетворительно	Неудовлетворительно
% выполненных заданий	91-100	76-90	61-75	Менее 61
Баллы	9-10	6-8	3-5	0-2
Уровень освоения проверяемых компетенций	высокий	средний	базовый	низкий

#### 4.2.3. Критерии оценивания практического задания

Высокий уровень - 15-20 баллов выставляется обучающемуся, если предложенное решение обосновано и аргументировано; студент четко следует управленческим теориям и понятиям и логично излагает свои мысли; верно определены последствия принятого решения, необходимые расчеты выполнены без ошибок;

Средний уровень -10-14 баллов выставляется студенту, если он предлагает решение, но не достаточно полно его аргументирует; не по всем позициям находит обоснование; допускает не точное употребление управленческих теорий и понятий, не всегда доходчиво излагает свои мысли; не очень четко представляет последствия

предложенного решения, необходимые расчеты выполнены без ошибок, но экономический или социальный смысл полученных показателей студент затрудняется объяснить;

Базовый уровень - 4-9 баллов выставляется студенту, если предложенное им решение не аргументировано, не основано на известных управленческих теориях, допущены принципиальные ошибки; не обосновано принятое решение и его последствия, необходимые расчеты выполнены с ошибками;

Низкий 0-3 балла ставится студенту, если он не способен предложить решение и объяснить его с применением управленческих категорий.

#### **4.3. Результаты промежуточной аттестации и уровни сформированности компетенций**

При итоговой оценке сформированности компетенций у обучающихся очной формы применяется балльно-рейтинговая система оценки.

Набранные по результатам текущей аттестации баллы суммируются с баллами, полученными на экзамене.

Итоговая оценка:

менее 61 балла – неудовлетворительно

61-75 – удовлетворительно

76-90 – хорошо

91-100 – отлично

Для очно-заочной формы обучения итоговая оценка за экзамен определяется по сумме баллов за все экзаменационные задания:

Итоговая оценка:

менее 9 баллов – неудовлетворительно,

9-20 – удовлетворительно,

21-32 – хорошо,

более 32 – отлично.

Особенности проведения процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья обозначены в рабочей программе дисциплины (модуля).

Уровни сформированности компетенций определяется следующим образом:

1. Высокий уровень сформированности компетенций соответствует оценке отлично:
  - предполагает формирование компетенций на высоком уровне, готовность к самостоятельной профессиональной деятельности: формируются системные знания теории управления, необходимые для самостоятельной разработки организационно-управленческих и экономических решений, способов их реализации; умения и навыки оценки их экономических и социальных последствий, способность осмысливать их в динамике и взаимосвязи. Студент способен аргументировать собственную точку зрения по дискуссионным вопросам дисциплины, свободно решать практические задачи,
2. Средний уровень соответствует оценке хорошо:
  - предполагает формирование компетенций на среднем уровне: формируется общее понимание процесса управления, выработки и реализации управленческих решений; умение их анализировать и представление о возможных результатах организационно-управленческих решений, студент способен давать развернутые ответы на теоретические вопросы дисциплины с отдельными неточностями, решать практические задачи с отдельными затруднениями.
3. Базовый уровень соответствует оценке удовлетворительно:
  - предполагает формирование компетенций на начальном уровне: формируется общее представление о теории управления, грамотное владение управленческой терминологией, умение ориентироваться в методах и принципах управленческой деятельности, нахождения организационно-управленческих решений.
4. Низкий уровень соответствует оценке неудовлетворительно.

- предполагает несформированность представлений о теории управления, не владение управленческой терминологией, неумение ориентироваться в методах и принципах управленческой деятельности, находить организационно-управленческие решения.