

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ
Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**
Философский факультет

СОГЛАСОВАНО
заведующий кафедрой

«3» января 2021 г.

УТВЕРЖДАЮ
председатель НМК факультета

«3» января 2021 г.

Фонд оценочных средств
текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине

PR-коммуникации религиозных организаций

Направление подготовки бакалавриата
47.03.01 Философия

Квалификация (степень) выпускника
бакалавр

Форма обучения
очная

Саратов, 2021 год

1. Карта компетенций

Контролируемые компетенции (шифр компетенции)	Планируемые результаты обучения (знает, умеет, владеет, имеет навык)
способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5)	<p>Знать: базовые основы социальной коммуникации,</p> <p>Уметь: применить теоретико-методологический потенциал теории связей с общественностью для формирования конструктивного межличностного и межкультурного взаимодействия</p> <p>Иметь навыки коммуникации на русском и иностранном языках для реализации эффективных коммуникаций.</p>
способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6).	<p>Знать: принципы работы в коллективе, способы построения внутригрупповых отношений</p> <p>Уметь: толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия</p> <p>Владеть навыками минимизация внутренней и межгрупповой конфликтогенности</p>

2. Показатели оценивания планируемых результатов обучения

Семестр	Шкала оценивания			
	2	3	4	5
8 семестр	Студент не способен дать определение понятию «связи с общественностью», определить роль «связей с общественностью» в современном мире.	Студент на удовлетворительном уровне способен дать определение понятию «связи с общественностью», определить роль «связей с общественностью» в современном мире.	На хорошем уровне студент способен дать определение понятию «связи с общественностью», определить роль «связей с общественностью» в современном мире.	На отличном уровне студент способен дать определение понятию «связи с общественностью», определить роль «связей с общественностью» в современном мире.
	Не знает историю возникновения «связей с общественностью», основные этапы эволюции теории.	На удовлетворительно знает историю возникновения «связей с общественностью», основные этапы эволюции теории.	На хорошем уровне знает историю возникновения «связей с общественностью», основные этапы эволюции теории.	Отлично знает историю возникновения «связей с общественностью», основные этапы эволюции теории.
	Не может определить роль имиджа в социальных коммуникациях, роль рекламы и медиапланирования в современном обществе.	Может на удовлетворительно определить роль имиджа в социальных коммуникациях, роль рекламы и медиапланирования в современном обществе.	Хорошо может определить роль имиджа в социальных коммуникациях, роль рекламы и медиапланирования в современном обществе.	Может на отличном уровне определить роль имиджа в социальных коммуникациях, роль рекламы и медиапланирования в современном обществе.
	Не владеет знанием об организационных структурах, обеспечивающих связь с обществом.	Слабо владеет знанием об организационных структурах, обеспечивающих связь с обществом.	Обладает хорошим знанием об организационных структурах, обеспечивающих связь с обществом.	Обладает отличным знанием об организационных структурах, обеспечивающих связь с обществом.
	Не понимает сущность и особенности коммуникативных	На удовлетворительном уровне понимает сущность и особенности коммуникативных	На хорошем уровне понимает сущность и особенности коммуникативных	На высоком уровне понимает сущность и особенности коммуникативных
			процессов в религиозной сфере.	процессов в религиозной сфере.

процессов в религиозной сфере.	процессов в религиозной сфере.		
--------------------------------	--------------------------------	--	--

3. Оценочные средства

3.1 Задания для текущего контроля

Рабочей программой дисциплины предусмотрена самостоятельная работа студентов в объеме 36 часов.

Реализуемая студентами самостоятельная работа направлена на решение следующих задач: выработка навыков восприятия и анализа оригинальных текстов представителей теории коммуникации (классических и современных), формирование навыков критического, исследовательского отношения к предъявляемой, развитие и совершенствование способностей к диалогу, к дискуссии, к формированию и логически аргументированному обоснованию собственной позиции по тому или иному вопросу, развитие творческих способностей при самостоятельном изучении коммуникационных проблем и вопросов.

Студентам предлагаются к прочтению и содержательному анализу работы классических и современных авторов. Результаты работы с текстами обсуждаются на лекциях с элементами дискуссий. Навыки критического отношения к философской аргументациирабатываются при выполнении студентами заданий, требующих нахождения аргументов «за» или «против» какого-либо тезиса, развития либо опровержения той или иной позиции. Студенты выполняют задания, самостоятельно обращаясь к учебной, справочной и оригинальной литературе.

Общие рекомендации по самостоятельной работе

По данному курсу студенты выполняют следующие виды самостоятельной работы:

- 1) конспектирование лекционного материала и первоисточников по темам лекций;
- 2) выполнение заданий поисково-исследовательского характера;
- 3) углублённый анализ научно-методической литературы;
- 4) работа на лекции: составление и сложение за планом чтения лекции, проработка конспекта лекции, дополнение конспекта рекомендованной литературой;
- 5) участие в работе семинара: подготовка конспектов выступлений на семинаре.

Промежуточная аттестация

Методические указания.

Промежуточная аттестация по дисциплине «PR-коммуникации религиозных организаций» проводится в виде устного зачета. Учебным планом по направлению подготовки «Философия» предусмотрена 1 промежуточная аттестация по соответствующим разделам данной дисциплины. Подготовка студента к прохождению промежуточной аттестации осуществляется в период лекционных и семинарских занятий, а также во внеаудиторные часы в рамках самостоятельной работы. Во время самостоятельной подготовки студент пользуется конспектами лекций, основной и дополнительной литературой по дисциплине (см. перечень литературы в рабочей программе дисциплины).

Критерии оценивания. Во время зачета студент должен дать развернутый ответ на вопросы, изложенные в билете. Преподаватель вправе задавать дополнительные вопросы по всему изучаемому курсу.

Во время ответа студент должен знать основы теорий массовой коммуникации, понимать роль «Связей с общественностью» в современном обществе, коммуникативные функции имиджа в связях с общественностью, основы рекламы и медиапланирования, понимать основные организационные структуры в связях с общественностью, сущность и особенности коммуникативных процессов в религиозной сфере.

Полнота ответа определяется показателями оценивания планируемых результатов обучения (раздел 2).

Вопросы для подготовки к промежуточной аттестации

1. Связи с общественностью как наука и учебная дисциплина
2. Соотношение понятий и функций: PR и реклама, PR и пропаганда, PR и маркетинг.
3. Основные термины и понятия в сфере PR.
4. Критерии эффективности взаимоотношений со СМИ.
5. Классификация и основные направления услуг в области связей с общественностью.
6. Роль PR в современном гражданском обществе и рыночной экономике. Цели и функции PR.
7. Правовое регулирование деятельности в сфере связей с общественностью.
8. Основные международные Кодексы профессиональных стандартов в области PR.
9. Коммуникация как процесс и структура.
10. Информация и содержание информационного подхода в теории коммуникации.
11. Содержание и элементы коммуникации.
12. Коммуникативное пространство.
13. Невербальные средства коммуникации. Типология коммуникативных единиц невербальной коммуникации. Функции невербальных средств коммуникации.
14. Содержание и элементы коммуникации. Модель Г. Лассауэлла.
15. Социально-коммуникационные революции.
16. Теория массовых коммуникаций.
17. Коммуникации в политике.
18. Основные организационные структуры PR: независимый консультант-эксперт, корпоративный PR-департамент, типовое агентство, консалтинговая PR-фирма, независимая международная компания, международная сеть агентств.
19. Задачи, функции, отделов и служб по PR в государственных организациях и учреждениях, общественных объединениях, коммерческих структурах, политических партиях.
20. Сущность и понятие имиджа: в рекламе, политике, связях с общественностью.
21. Основные составляющие имиджа.
22. Определение корпоративного имиджа, корпоративной культуры, фирменного стиля.
23. Профессиональные требования к специалисту по PR.
24. Этика и профессиональные стандарты в «Связях с общественностью».
25. Связи с общественностью в государственных структурах.
26. Субъекты и структура российского государственного PR – рынка.
27. Религиозные организации – понятие, функции, характерные черты.
28. Специфика функционирования некоммерческих организаций в современной России.
29. PR-технологии в привлечении инвестиций. Понятие спонсоринга, фандрайзинга.
30. Целевые мероприятия по привлечению средств. Этапы фандрайзинга.

ФОС для проведения промежуточной аттестации одобрен на заседании кафедры теоретической и социальной философии (протокол № 8 от 03.03.2021 года).

Автор (ы): кандидат философских наук, доцент кафедры теоретической и социальной философии Данилов С.А. 