Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Гриб Владислав Валерьевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 09.10.2026 16:05:57
Уникальный программный ключ:
637517d24e103c3db032acf37e839d98ec1c5bb2f5eb89c29abfcd7f4398

Образовательное частное учреждение высшего образования
«МОСКОВСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ А.С. ГРИБОЕДОВА»
(ИМПЭ им. А.С. Грибоедова)

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ИНСТИТУТ ЖУРНАЛИСТИКИ И, ТЕЛЕВИДЕНИЯ И МЕДИАКОММУНИКАЦИЙ

УТВЕРЖДАЮ
Директор Международного института журналистики и, телевидения и медиакоммуникаций
_____ Ю.В. Шуйская
«17» декабря 2025г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по учебной дисциплине:
ТЕКСТОВОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ PR-ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Направление подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(уровень бакалавриат)

Направление\профиль:
«PR технологии и цифровые коммуникации»

Формы обучения: очная, заочная

Москва

Фонд оценочных средств для дисциплины «Текстовое сопровождение PR-деятельности». Направление подготовки/специальность 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль): «PR технологии и цифровые коммуникации» / Е.Ю. Дворак – М.: ИМПЭ им. А.С. Грибоедова

Фонд оценочных средств является неотъемлемой частью рабочей программы дисциплины.

Разработчик: Е.Ю. Дворак

Заведующий кафедрой: _____ / Ю. В. Шуйская

1. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Настоящий Фонд оценочных средств (ФОС) по дисциплине «Текстовое сопровождение PR-деятельности» является неотъемлемым приложением к рабочей программе дисциплины (РПД) «Текстовое сопровождение PR-деятельности». На данный ФОС распространяются все реквизиты утверждения, представленные в РПД по данной дисциплине.

2. ПЕРЕЧЕНЬ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Для определения качества освоения обучающимися учебного материала по дисциплине используются следующие оценочные средства:

№ п/п	Оценочное средство	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в ФОС
1	Тестирование	Вид контроля, позволяющий оценить изученный теоретический материал.	Вопросы для проведения тестирования
2	Практические задания	Вид контроля, позволяющий оценить умение обучающегося применять осваиваемую компетенцию в практических ситуациях и при решении производственных задач	Задания к практическому занятию
3	Контрольная работа	Вид контроля, позволяющий определить результат освоения компетенций по дисциплине в рамках рассматриваемой темы, оцениваемый с помощью соответствующих индикаторов достижения компетенций	Задания контрольной работы
4	Самостоятельная работа	Вид контроля, позволяющий оценить проработку теоретического материала, изучение рекомендуемой литературы, выполнение практико-ориентированных заданий (заполнение таблиц, проведение сравнительного анализа, составление схем и др.), решение практических задач, создание презентаций, написание рефератов, подборку нормативного и иного материала и выполнение других заданий	Задания самостоятельной работы
5	Курсовая работа	Вид контроля, позволяющий выявить степень владения базовыми знаниями, умениями и навыками, необходимыми для обучения, и определить уровень владения новым материалом	Индивидуальные задания (темы) для курсовой работы
6	Зачет/Зачет с оценкой/Экзамен	Вид контроля, позволяющий выявить степень овладения знаниями, умениями и навыками,	Вопросы для подготовки к зачету/зачету с

		необходимыми для дальнейшего освоения образовательной программы подготовки	оценкой/экзамену

3. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДИСЦИПЛИНЕ

3.1. Сопроводительная информация.

Разработчик	Дворак Е.Ю.
Кафедра	Журналистики, медиакоммуникаций и рекламы
Наименование дисциплины	Текстовое сопровождение PR-деятельности
Факультет / институт	Международный институт журналистики, телевидения и медиакоммуникаций
Направление подготовки / специальность	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Количество вопросов в оценочных заданиях (диапазон)	15
Общее время тестирования (мин)	90
Общее количество вопросов/заданий в ФОС	От 10 до 20
Размещенность на веб-сайте Университета примерного перечня вопросов, заданий ФОС – для подготовки обучающихся к прохождению оценки (да / нет)	Да

3.2. Характеристика оцениваемых компетенций.

Код компетенции	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции
ПК-1	Способен организовывать маркетинговые исследования в области СМИ	**ИПК-1.1 Знать** маркетинговые технологии **ИПК-1.2 Уметь** выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей **ИПК-1.3 Владеть** навыками анализа и определения целевой аудитории на основании имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ

4.1. ТИПОВЫЕ ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ.

Тесты содержат набор вопросов, в полном объеме охватывающие изученный теоретический материал по указанной теме (индикаторы ЗНАТЬ). Выполнение тестов позволяет определить результат освоения компетенций по дисциплине в рамках рассматриваемой темы, оцениваемый с помощью соответствующих индикаторов достижения компетенций. Индивидуальный тестовый сеанс для каждого обучающегося формируется по специальному алгоритму, обеспечивающему заданную тематическую структуру и пропорциональное наличие вопросов разного типа и сложности.

При формировании тестов необходимо использовать задания следующих типов:

Тип задания 1. Задания закрытого типа на установление соответствия.

Тип задания 2. Задания закрытого типа на установление последовательности.

Тип задания 3. Задания комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных.

Тип задания 4. Задания комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких правильных ответов из предложенных.

Тип задания 5. Задания открытого типа с развернутым ответом.

Тема	**Код и формулировка компетенции**	**Индикаторы достижения компетенции**	**Тест по теме**
Тема 1. Основы письменной коммуникации и классификация PR- материалов	ПК-1 Способен организовывать маркетинговые исследования в области СМИ	**ИПК-1.1 Знать** маркетинговые технологии	1) *Тип задания 3.* Задания комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных. Вопрос: Что такое пресс-релиз? A. Рекламный буклет о скидках B. Поздравительная открытка партнёрам C. Внутренняя служебная записка D. Официальное сообщение для СМИ о значимом событии КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: D 2) *Тип задания 3.* Задания комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных. Вопрос: Что такое «лид» в PR-тексте? A. Список источников B. Рекламный слоган C. Первый абзац,

			содержащий суть новости D. Заключительная часть КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: C 3) *Тип задания 3.* Задания комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных. Вопрос: Какой стиль изложения характерен для PR-текстов? A. Научный B. Публицистический C. Официально-деловой D. Разговорный КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: B 4) *Тип задания 3.* Задания комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных. Вопрос: Что такое бэкграунд? A. Дополнительная информация о компании или событии B. Текст с биографией руководителя C. Пресс-релиз о будущем событии D. Отчёт о прошедшей пресс-конференции КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: A
Тема 2. Классификация видов текста	ПК-1 Способен организовывать маркетинговые исследования в области СМИ	**ИПК-1.1 Знать** маркетинговые технологии	5) *Тип задания 3*. Задания комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных. Вопрос: Какой заголовок пресс-релиза считается эффективным? A. Длинный и с деталями B. С интригой и без фактов C. Вопросительный

			D. Краткий, информативный, отражающий суть КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: D 6) *Тип задания 3*. Задания комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных. Вопрос: Что такое «информационный повод»? A. Повод для встречи с друзьями B. Событие, интересное для СМИ C. Рекламная акция D. Внутреннее совещание КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: B 7) *Тип задания 3.* Задания комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных. Вопрос: Какой текст относится к PR-текстам? A. Имиджевая статья B. Бухгалтерский баланс C. Техническая инструкция D. Договор купли-продажи КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: A 8) *Тип задания 3.* Задания комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных. Вопрос: Какой элемент не обязателен в пресс-релизе? A. Заголовок B. Лид C. Контактное лицо D. Список использованной литературы КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: D

Тема 3. Понятие художественной и маркетинговой ценности рекламного текста	ПК-1 Способен организовывать маркетинговые исследования в области СМИ	**ИПК-1.1 Знать** маркетинговые технологии	9) *Тип задания 3.* Задания комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных. Вопрос: Что такое «копирайтинг» в PR? A. Написание текстов на заказ B. Создание PR-текстов C. Редактирование новостей D. Перевод текстов КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: B 10) *Тип задания 3.* Задания комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных. Вопрос: Что такое «подводка» в PR-тексте? A. Заключение B. Список контактов C. Введение к основному тексту D. Заголовок КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: C 11) *Тип задания 3.* Задания комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных. Вопрос: Что такое «эксклюзив» в PR? A. Пресс-релиз для всех B. Рекламная листовка C. Внутренний документ D. Материал, предоставленный только одному СМИ КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: D

			12) *Тип задания 3.* Задания комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных. Вопрос: Почему в пресс-релизе не рекомендуется использовать прямую рекламу продукта? A. Это снижает доверие журналистов и читателей к материалу B. Это запрещено законом о рекламе C. Это увеличивает стоимость публикации D. Это не влияет на восприятие текста КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: A
Тема 4. Инфографика как модуль мультимедийного продукта	ПК-1 Способен организовывать маркетинговые исследования в области СМИ	**ИПК-1.1 Знать** маркетинговые технологии	13) *Тип задания 3.* Задания комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных. Вопрос: Какой фактор является определяющим при выборе стиля PR-текста для конкретного СМИ? A. Личные предпочтения PR-специалиста B. Целевая аудитория издания и его формат C. Количество слов в тексте D. Наличие фотографий КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: B 14) *Тип задания 3.* Задания комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных. Вопрос: Почему при кризисных коммуникациях важно оперативно выпустить заявление для прессы? A. Чтобы увеличить количество подписчиков B. Чтобы повысить продажи

			C. Чтобы избежать общения с журналистами D. Чтобы заполнить информационную пустоту и снизить риск слухов КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: D 15) *Тип задания 3.* Задания комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных. Вопрос: Какой подход к написанию PR-текста позволяет сделать его более убедительным? A. Применение сложных терминов B. Отсутствие структуры C. Использование сторителлинга с реальными примерами D. Перечисление всех технических характеристик КЛЮЧ К ЗАДАНИЮ: C

Критерии оценивания тестового задания:

Оценка	Критерии оценивания
отлично	от 90 до 100 % правильно выполненных заданий
хорошо	от 70 до 89 % правильно выполненных заданий
удовлетворительно	от 50 до 69 % правильно выполненных заданий
неудовлетворительно	менее 50 % правильно выполненных заданий

5. МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ОЦЕНКИ РЕЗУЛЬТАТОВ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета/зачета с оценкой/экзамена.

5.1. Вопросы к зачету/зачету с оценкой/экзамену:

1. Понятие PR-текста: сущность, признаки и отличия от рекламного и журналистского текста.
2. Классификация PR-текстов: основные виды и их характеристики.
3. Пресс-релиз как основной жанр PR-текста: структура, правила написания, типичные ошибки.
4. Информационный повод: понятие, виды, критерии выбора для PR-публикации.

5. Лид в PR-тексте: функции, виды, требования к написанию.
6. Заголовок PR-текста: типы, критерии эффективности, особенности для разных каналов.
7. Бэкграундер и факт-лист: назначение, структура, отличия от пресс-релиза.
8. Медиа-кит (пресс-кит): состав, назначение, правила формирования.
9. Имиджевая статья: цели, структура, стилистические особенности.
10. Заявление для прессы и биография (био): специфика жанров, правила оформления.
11. Стилистика PR-текстов: официально-деловой, публицистический и новостной стили, их сочетание.
12. Языковые и речевые нормы в PR-текстах: точность, ясность, лаконичность, выразительность.
13. Сторителлинг в PR-текстах: понятие, структура истории, примеры использования.
14. Адаптация PR-текстов под различные каналы коммуникации: печатные СМИ, интернет-издания, социальные сети.
15. Особенности написания PR-текстов для кризисных коммуникаций.
16. Взаимодействие PR-специалиста и журналиста: правила подготовки текстов для СМИ.
17. Целевая аудитория PR-текста: методы анализа и учёт при создании текста.
18. Копирайтинг в PR: понятие, отличие от журналистского текста, основные приёмы.
19. Оценка эффективности PR-текстов: критерии, методы, показатели.
20. Этические и правовые аспекты текстового сопровождения PR-деятельности.

Критерии оценивания зачета с оценкой/экзамена:

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Обучающийся должен: уметь строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; продемонстрировать прочное, достаточно полное усвоение знаний программного материала; продемонстрировать знание основных теоретических понятий; правильно формулировать определения; последовательно, грамотно и логически стройно изложить теоретический материал; продемонстрировать умения самостоятельной работы с литературой; уметь сделать достаточно обоснованные выводы по излагаемому материалу.
не зачтено	Обучающийся демонстрирует: незнание значительной части программного материала; не владение понятийным аппаратом дисциплины; существенные ошибки при изложении учебного материала; неумение строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса; неумение делать выводы по излагаемому материалу.

Критерии оценивания зачета с оценкой/экзамена:

Оценка	Критерии оценивания
отлично	Выставляется, если обучающимся правильно и полностью раскрыто содержание материала в пределах программы, чётко и правильно даны определения и раскрыто содержание понятий, точно использованы научные и технические термины, в ответе использованы ранее приобретённые теоретические знания, сделаны необходимые выводы и обобщения

хорошо	Выставляется, если обучающимся раскрыто основное содержание материала в пределах программы, даны определения и раскрыто содержание понятий, в ответе использованы ранее приобретённые теоретические знания, сделаны необходимые выводы и обобщения, но присутствуют незначительные нарушения в последовательности изложения, имеются одна-две неточности в содержании ответа
удовлетворительно	Выставляется, если обучающимся содержание учебного материала изложено фрагментарно, не всегда последовательно, не даны определения, не раскрыто содержание понятий, или они изложены с ошибками, допускаются ошибки и неточности в использовании научной терминологии, отсутствуют выводы и обобщения из предыдущего материала, или возможны ошибки в их изложении
неудовлетворительно	Выставляется, если обучающимся основное содержание учебного материала не раскрыто, не даются ответы на основные вопросы, допускаются грубые ошибки в определении понятий, в использовании терминологии, отсутствуют выводы и обобщения

Критерии оценивания тестового задания:

Оценка	Критерии оценивания
отлично	от 90 до 100 % правильно выполненных заданий
хорошо	от 70 до 89 % правильно выполненных заданий
удовлетворительно	от 50 до 69 % правильно выполненных заданий
неудовлетворительно	менее 50 % правильно выполненных заданий