

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РЕСПУБЛИКИ ТАДЖИКИСТАН
МЕЖГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКО-ТАДЖИКСКИЙ (СЛАВЯНСКИЙ) УНИВЕРСИТЕТ»

Факультет русской филологии, журналистики и медиатехнологий

Кафедра отечественной и международной журналистики

«Утверждаю»
Декан факультета русской филологии,
журналистики и медиатехнологий
Ахимов А.А.
« 27 » 01 2026 г.



ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по учебной дисциплине
Проектирование в рекламе и связях с общественностью

Направление – 42.03.02 «Журналистика»
Профиль подготовки – «История и теория системы СМИ»
Уровень подготовки - бакалавриат
3 курс

Душанбе - 2026 г.

**ПАСПОРТ
ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

по дисциплине «PR и гражданское общество»

№ п/п	Контролируемые разделы, темы*	Формируемые компетенции*	Индикаторы достижения компетенции*	Оценочные средства*	
				Количество тестовых заданий/вопросов к экзамену/зачету /зачету (с оценкой)	Другие оценочные средства
					Вид
1.	Основные термины, принципы и функции PR в контексте гражданского общества.	ПК-1. Способен разрабатывать и реализовывать рекламные и PR-проекты с учетом целей заказчика, особенностей целевой аудитории, ресурсов и этапов проектной деятельности.	ИПК-1.1. Формулирует цели, задачи и концепцию рекламного или PR-проекта. ИПК-1.2. Разрабатывает структуру проекта, этапы реализации и ресурсы. ИПК-1.3. Оценивает результаты проекта и корректирует проектные решения.	20	Доклад, обсуждение
2.	Целевая аудитория и сегментация в PR для гражданского общества	ПК-5. Способен применять современные рекламные, цифровые и медиатехнологии при создании и распространении коммуникационных продуктов	ИПК-5.1. Использует цифровые и медиатехнологии в рекламной и PR-деятельности. ИПК-5.2. Разрабатывает медиапланы и контент для различных каналов коммуникации. ИПК-5.3. Оценивает эффективность применяемых технологий и каналов.	20	Рабочая тетрадь
3.	Коммуникационные стратегии для социальных проектов	ПК-5. Способен применять современные рекламные, цифровые и медиатехнологии при создании и распространении коммуникационных продуктов	ИПК-5.1. Использует цифровые и медиатехнологии в рекламной и PR-деятельности. ИПК-5.2. Разрабатывает медиапланы и контент для различных каналов коммуникации. ИПК-5.3. Оценивает эффективность применяемых технологий и каналов.	20	Презентация

4.	4. PR и социальные медиа в гражданском обществе	ПК-5. Способен применять современные рекламные, цифровые и медиатехнологии при создании и распространении коммуникационных продуктов	ИПК-5.1. Использует цифровые и медиатехнологии в рекламной и PR-деятельности. ИПК-5.2. Разрабатывает медиапланы и контент для различных каналов коммуникации. ИПК-5.3. Оценивает эффективность применяемых технологий и каналов.	20	Доклад, СРС
5.	Оценка эффективности PR-кампаний в гражданском обществе Методы анализа и измерения эффективности коммуникаций.	ПК-1. Способен разрабатывать и реализовывать рекламные и PR-проекты с учетом целей заказчика, особенностей целевой аудитории, ресурсов и этапов проектной деятельности.	ИПК-1.1. Формулирует цели, задачи и концепцию рекламного или PR-проекта. ИПК-1.2. Разрабатывает структуру проекта, этапы реализации и ресурсы. ИПК-1.3. Оценивает результаты проекта и корректирует проектные решения.	20	
Всего:				100	

Приложение 6

Перечень оценочных средств

№ п/п	Наименование оценочного средства	Характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в ФОС
1.	Рабочая тетрадь	Дидактический комплекс, предназначенный для самостоятельной работы обучающегося и позволяющий оценивать уровень усвоения им учебного материала.	Тематика конспектов Темы для письменного анализа, отзыва, комментариев
2.	Дискуссия Обсуждение	Оценочное средство, позволяющее включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.	Перечень дискуссионных тем для проведения дискуссии
3.	Презентация	Оценочное средство, позволяющее оценить умение обучающихся анализировать, работать с большим количеством данных, в том числе мультимедийных, выделять среди них наиболее важное, тезисно и наглядно, используя различные медиа, представлять ключевые идеи, доносить до аудитории	Тематика, требования и рекомендации по подготовке презентации

		полноценную информацию о предмете, помочь составить целостное представление о нем.	
4.	Творческое задание	Частично регламентированное задание, имеющее нестандартное решение и позволяющее диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.	Тематика, требования и рекомендации по подготовке творческого задания
5.	Доклад	Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы	Тематика занятия и рекомендации по подготовке доклада
6.	Анализ	Метод исследования путем расчленения исследуемого предмета или явления, рассмотрения отдельных сторон, свойств, составных частей изучаемого предмета, вопроса, проблемы; противоположным понятием является «синтез». Для грамотного анализа темы следует внимательно изучить текст, постичь и изложить главную мысль, идею, основные положения, сделать и изложить выводы.	Тематика заданий для анализа
7.	Ролевая игра	Совместная деятельность группы обучающихся и преподавателя под управлением преподавателя с целью решения учебных и профессионально-ориентированных задач путем игрового моделирования реальной проблемной ситуации. Позволяет оценивать умение анализировать и решать типичные профессиональные задачи.	Тема (проблема), концепция, роли и ожидаемый результат по каждой игре
8.	Тестирование	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося	Фонд тестовых заданий

МОУ ВО «Российско-Таджикский» (Славянский) университет»

Кафедра отечественной и международной журналистики

Рабочая тетрадь

по дисциплине **Проектирование в рекламе и связях с общественностью**

Тематика:

- 1. Понятие PR и его роль в гражданском обществе**
Источник: Будагов, Ю. В. *Связи с общественностью и гражданское общество.* – СПб.: Питер, 2020. **Конспект темы**
- 2. История развития PR в социальных проектах и НКО**
Источник: Гавра, Д. П. *Теория и практика PR в социальных проектах.* – СПб.: Питер, 2019. **Конспект темы**
- 3. Целевая аудитория и сегментация в PR для гражданского общества**
Источник: Карпова, И. А. *PR и социальные коммуникации.* – М.: Академический проект, 2022. **Конспект темы**
- 4. Этика и социальная ответственность в PR**
Источник: Мартынов, В. А. *PR и социальная ответственность.* – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2020. **Конспект темы**
- 5. Работа со СМИ и партнерами в PR социального проекта**
Источник: Сорокин, Д. Н. *PR для НКО: стратегии и инструменты.* – М.: Аспект Пресс, 2021. **Конспект темы**
- 6. PR в цифровых медиа и социальных сетях**
Источник: Андреев, А. П. *PR и социальные медиа в гражданском обществе.* – М.: Юрайт, 2022. **Конспект темы**
- 7. Оценка эффективности PR-кампаний и антикризисные коммуникации**
Источник: Чумаков, А. В. *Эффективные коммуникации в гражданском обществе.* – М.: ВШЭ, 2022. **Конспект темы**

Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если студент показывает систематизированные, глубокие и полные знания по вопросам программы; точное использование научной терминологии, систематически грамотное и логически правильное изложение ответа на вопросы; безупречное владение инструментарием, умение его эффективно использовать в постановке научных и практических задач; полное и глубокое усвоение основной литературы,

- оценка «хорошо» ставится если студент имеет достаточно полные и систематизированные знания; умеет ориентироваться в основных теориях, концепциях и направлениях и давать им критическую оценку; за использование научной терминологии, лингвистически и логически правильное изложение ответа на вопросы, умение делать обоснованные выводы; владение инструментарием, умение его использовать в постановке

и решении научных и профессиональных задач; усвоение основной литературы, рекомендованной программой практики; средний уровень сформированности заявленных компетенций.

- оценка «удовлетворительно» ставится за достаточный минимальный объем знаний; усвоение основной литературы, рекомендованной программой практики; умение ориентироваться в основных теориях, концепциях и направлениях и давать им оценку; использование научной терминологии, стилистическое и логическое изложение ответа на вопросы, умение делать выводы без существенных ошибок; владение инструментарием, умение его использовать в решении типовых задач; достаточный минимальный уровень сформированности заявленных компетенций.;

- оценка «неудовлетворительно» присуждается если студент имеет фрагментарные знания; за отказ от ответа; знание отдельных рекомендованных источников; неумение использовать научную терминологию; наличие грубых ошибок; низкий уровень сформированности заявленных компетенций.

Оформление тем для круглого стола (дискуссии, полемики, диспута, дебатов)
МОУ ВО «Российско-Таджикский» (Славянский) университет»

Кафедра отечественной и международной журналистики
Перечень тем для дискуссий

по дисциплине **Проектирование в рекламе и связях с общественностью**

Темы для дискуссий

1. Роль PR в формировании имиджа организаций: этика и социальная ответственность.
2. Цифровые платформы и социальные сети в PR: преимущества и риски.
3. Где проходит грань между продвижением и манипуляцией аудитории?
4. PR в кризисных ситуациях: допустимо ли скрывать информацию?
5. Использование нативной рекламы и скрытых методов продвижения: этические аспекты.
6. Социальная ответственность НКО и роль PR в её продвижении.
7. Креативные подходы в PR: где заканчивается инновация и начинается эксплуатация эмоций?
8. Эффективность PR-кампаний: как измерить успех социальных и коммерческих проектов?
9. Международные стандарты и локальные практики PR: совместимость и конфликты.
10. PR для волонтерских и благотворительных инициатив: допустимо ли давление на аудиторию?
11. Антикризисные коммуникации: примеры и обсуждение этических решений.
12. Современные тенденции в проектировании коммуникаций: возможности и вызовы.
13. Роль storytelling в социальных и коммерческих проектах: польза и потенциальные риски.
14. Влияние PR на формирование гражданской активности и общественного мнения.
15. Различие PR-стратегий для коммерческих компаний и НКО: подходы и ограничения.

Оформление тем для эссе (рефератов, докладов, сообщений)

МОУ ВО «Российско-Таджикский (Славянский) университет»
Кафедра отечественной и международной журналистики

ТЕМЫ ДОКЛАДОВ

по дисциплине **Проектирование в рекламе и связях с общественностью**

1. Понятие PR и его роль в гражданском обществе.
2. История развития PR в социальных проектах и НКО.
3. Основные цели и функции PR в гражданском обществе.
4. Целевая аудитория и методы её сегментации в PR.
5. Этические и правовые аспекты PR-деятельности.
6. Социальная ответственность НКО и роль PR в её продвижении.
7. PR-стратегии для продвижения волонтерских и благотворительных инициатив.
8. Использование социальных медиа и цифровых платформ для PR.
9. Работа со СМИ, блогерами и партнёрами в PR-проектах.
10. Антикризисные коммуникации и управление репутацией НКО.
11. Оценка эффективности PR-кампаний и ключевые показатели успеха.
12. Примеры успешных PR-проектов НКО и социальных инициатив.
13. Нативная реклама и скрытые методы продвижения в социальных проектах.
14. Международные стандарты и кодексы этики PR.

Оформление тем для презентаций

МОУ ВО «Российско-Таджикский (Славянский) университет»
Кафедра международной и отечественной журналистики

ТЕМЫ ДЛЯ ПРЕЗЕНТАЦИИ

по дисциплине Проектирование в рекламе и связях с общественностью

1. Современные подходы к проектированию PR-кампаний.
2. Роль PR в формировании имиджа организаций и брендов.
3. Методы анализа целевой аудитории и их применение в проектах.
4. Креативные концепции в рекламе: разработка идей и визуальных материалов.
5. Стратегии продвижения социальных проектов и НКО.
6. Цифровые платформы и социальные сети как инструмент PR.
7. Работа со СМИ и блогерами: организация медиа-коммуникаций.
8. Антикризисные коммуникации: предотвращение и управление репутацией.
9. Методы оценки эффективности PR-кампаний: показатели и аналитика.
10. Этические и правовые аспекты PR-деятельности в современных проектах.
11. История и развитие PR в социальном секторе.
12. Использование storytelling в PR-проектах.
13. Нативная реклама и скрытые методы продвижения: этика и практика.
14. Международные стандарты и лучшие практики в PR.
15. Инновации и современные тенденции в проектировании рекламных и PR-коммуникаций.

МОУ ВО «Российско-Таджикский» (Славянский) университет»

Кафедра отечественной и международной журналистики

Перечень вопросов к устному опросу

по дисциплине **Проектирование в рекламе и связях с общественностью**

Промежуточный контроль знаний №1

Контрольные вопросы:

1. Дайте определение проектированию в PR и рекламе.
2. В чем заключается отличие PR для коммерческих и некоммерческих организаций?
3. Какие этапы разработки коммуникационного проекта являются ключевыми?
4. Как правильно определять и сегментировать целевую аудиторию?
5. Какие методы анализа медиа-рынка и конкурентов применяются в проектировании PR?
6. Как формулируются цели и задачи PR-проекта?
7. Какие виды коммуникационных стратегий используются в социальных проектах?
8. Как PR способствует формированию имиджа организации?
9. Какие факторы необходимо учитывать при выборе каналов коммуникации?
10. Приведите пример успешного PR-проекта и опишите его сильные стороны.

Контрольное задание №1:

Составить схему коммуникационной кампании для выбранного социального проекта, указав цели, целевую аудиторию и методы продвижения.

Промежуточный контроль знаний №2

Контрольные вопросы:

1. Какие инструменты цифрового PR наиболее эффективны для НКО?
2. В чем заключается работа со СМИ, блогерами и партнёрами в рамках PR-кампании?
3. Как разработать креативную концепцию рекламного проекта?
4. Что такое антикризисные коммуникации и как их применять?
5. Какие показатели эффективности PR-кампании следует отслеживать?
6. Как обеспечить соблюдение этических норм в PR-деятельности?
7. Какие современные тенденции в PR и рекламе влияют на проектирование кампаний?
8. Как storytelling помогает в продвижении социальных инициатив?
9. Какие методы оценки вовлеченности аудитории применяются в PR?
10. Приведите пример PR-проекта с цифровой интеграцией и опишите его результаты.

Контрольное

задание

№2:

Разработать мини-план антикризисной коммуникации для условного проекта или НКО, с указанием целевой аудитории, ключевых сообщений и действий по предотвращению репутационного ущерба.

**КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ
ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ
(ДЛЯ ТЕКУЩЕЙ АТТЕСТАЦИИ И КОНТРОЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ)**

1. Что такое проектирование коммуникационной кампании и в чём его отличие от обычной рекламной деятельности?
2. Какие цели и задачи ставятся перед PR-проектами НКО?
3. Как определить целевую аудиторию и её потребности для социального проекта?
4. Какие методы анализа конкурентов и медиа-рынка применяются в PR?
5. В чем состоит работа со СМИ и блогерами при продвижении социального проекта?
6. Какие ключевые элементы включаются в медиаплан PR-кампании?
7. Как PR способствует формированию положительного имиджа организации?
8. Какие инструменты цифрового PR наиболее эффективны для социальных инициатив?
9. Как разрабатывается креативная концепция PR-кампании?
10. В чем заключаются основные принципы этики в PR-деятельности?
11. Как измеряется эффективность PR-кампаний в социальных проектах?
12. Что такое антикризисные коммуникации и когда они необходимы?
13. Какие современные тренды в PR влияют на проектирование кампаний?
14. Как storytelling используется для вовлечения целевой аудитории?
15. Приведите пример успешного социального PR-проекта и объясните, почему он сработал.

Практические и аналитические задания

1. Проанализируйте рекламное сообщение (печатное, цифровое или видеоролик) с точки зрения соблюдения профессиональных этических норм.
2. Проведите этическую оценку PR-материала (пресс-релиз, пост в соцсетях, публичное заявление).
3. Сравните два этических кодекса в сфере PR или рекламы и выделите их общие и отличительные положения.
4. Рассмотрите пример этической дилеммы в рекламе или PR и предложите возможные варианты её решения.
5. Подготовьте рекламный текст или PR-сообщение с соблюдением принципов честности, прозрачности и социальной ответственности.
6. Проанализируйте пример нативной рекламы и оцените её с точки зрения этичности.
7. Оцените использование визуальных образов и символов в рекламном сообщении с точки зрения этики.
8. Разработайте рекомендации по этичному взаимодействию PR-специалиста со СМИ.
9. Проанализируйте влияние рекламной или PR-кампании на общественное мнение и социальные ценности.

Рассмотрите пример кризисной ситуации и предложите этически обоснованную стратегию антикризисных коммуникаций. Приложение 3

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ДЛЯ КОНТРОЛЯ ИТОГОВЫХ ЗНАНИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (ДЛЯ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ)

1. Понятие этики коммуникаций и её место в системе профессиональной деятельности.
2. Профессиональная этика в PR и рекламе: цели, задачи и функции.
3. Основные принципы профессиональной этики PR- и рекламного специалиста.
4. История формирования этических норм в рекламе и связях с общественностью.
5. Международные и национальные этические кодексы в сфере PR и рекламы.
6. Значение профессиональных этических кодексов для регулирования коммуникационной деятельности.
7. Этические требования к рекламным сообщениям.
8. Этика PR-деятельности и ответственность перед общественностью.
9. Манипуляция и убеждение в коммуникациях: этические границы.
10. Социальная ответственность рекламы и связей с общественностью.
11. Этика взаимодействия PR-специалиста со средствами массовой информации.
12. Конфликт интересов в профессиональной деятельности специалиста по коммуникациям.
13. Этические дилеммы в рекламе и PR и способы их разрешения.
14. Этическая оценка рекламных и PR-кампаний.
15. Этика использования цифровых технологий и социальных сетей в коммуникациях.
16. Этические аспекты использования персональных данных в рекламе и PR.
17. Нативная реклама и скрытый PR: этическая оценка.
18. Антикризисные коммуникации и профессиональная этика.
19. Роль саморегулирования и профессиональных сообществ в обеспечении этики коммуникаций.
20. Современные вызовы и перспективы развития профессиональной этики в PR и рекламе.

МОУ ВО «Российско-Таджикский (Славянский) университет»

Кафедра отечественной и международной журналистики

ФОНД ТЕСТОВЫХ ЗАДАНИЙ

**по дисциплине Проектирование в рекламе и связях с общественностью
(прилагается в эл. виде)**

Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если студент показывает систематизированные, глубокие и полные знания по вопросам программы; точное использование научной терминологии, систематически грамотное и логически правильное изложение ответа на вопросы; безупречное владение инструментарием, умение его эффективно использовать в постановке научных и практических задач; полное и глубокое усвоение основной литературы. Созданный и представленный на занятии журналистский материал будет оцениваться с точки зрения следующих критериев: оригинальные название и слоган; продуманная тематика; разные виды рубрик; жанровое разнообразие; интерактивность.
- оценка «хорошо» ставится если студент имеет достаточно полные и систематизированные знания; умеет ориентироваться в основных теориях, концепциях и направлениях и давать им критическую оценку; за использование научной терминологии, лингвистически и логически правильное изложение ответа на вопросы, умение делать обоснованные выводы; владение инструментарием, умение его использовать в постановке и решении научных и профессиональных задач; усвоение основной литературы, рекомендованной программой практики; средний уровень сформированности заявленных компетенций.
- оценка «удовлетворительно» ставится за достаточный минимальный объем знаний; усвоение основной литературы, рекомендованной программой практики; умение ориентироваться в основных теориях, концепциях и направлениях и давать им оценку; использование научной терминологии, стилистическое и логическое изложение ответа на вопросы, умение делать выводы без существенных ошибок; владение инструментарием, умение его использовать в решении типовых задач; достаточный минимальный уровень сформированности заявленных компетенций;
- оценка «неудовлетворительно» присуждается если студент имеет фрагментарные знания; за отказ от ответа; знание отдельных рекомендованных источников; неумение использовать научную терминологию; наличие грубых ошибок; низкий уровень сформированности заявленных компетенций.

Составитель _____ ст.пр., к.ф.н. Низомова С.А.

01.09.2025 г.