

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
Вахимов С.А.
« 27 / 01 / 2026 г.



ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по учебной дисциплине
PR и гражданское общество

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/во просов к экзамену/за чету /зачету (с оценкой)	Другие оценочные средства
					Вид
1.	Основные термины, принципы и функции PR в контексте гражданского общества.	УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	ИУК-3.1. Определяет свою роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из знания социологии и социальной психологии, методов развития личности этических норм профессионального взаимодействия с коллективом ИУК-3.2. При реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе учитывает особенности поведения и интересы других участников ИУК-3.3. Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды; оценивает статусные позиции других членов команды для достижения поставленной цели ИУК-3.4. Соблюдает нормы и установленные правила внутригруппового взаимодействия; несет личную	20	Доклад, обсуждение

			ответственность за результат		
2.	Целевая аудитория и сегментация в PR для гражданского общества	ПК-4. Способен разрабатывать и реализовывать коммуникационные продукты, направленные на формирование общественного мнения, социальных ценностей и гражданской активности	ИПК-4.1. Разрабатывает социально ориентированные коммуникационные сообщения. ИПК-4.2. Учитывает этические, культурные и правовые нормы коммуникации. ИПК-4.3. Анализирует влияние коммуникаций на общественное мнение.	20	Рабочая тетрадь
3.	Коммуникационные стратегии для социальных проектов	УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	ИУК-3.1. Определяет свою роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из знания социологии и социальной психологии, методов развития личности этических норм профессионального взаимодействия с коллективом ИУК-3.2. При реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе учитывает особенности поведения и интересы других участников ИУК-3.3. Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды; оценивает статусные позиции других членов команды для достижения поставленной цели	20	Презентация

			ИУК-3.4. Соблюдает нормы и установленные правила внутригруппового взаимодействия; несет личную ответственность за результат		
4.	4. PR и социальные медиа в гражданском обществе	ПК-4. Способен разрабатывать и реализовывать коммуникационные продукты, направленные на формирование общественного мнения, социальных ценностей и гражданской активности	ИПК-4.1. Разрабатывает социально ориентированные коммуникационные сообщения. ИПК-4.2. Учитывает этические, культурные и правовые нормы коммуникации. ИПК-4.3. Анализирует влияние коммуникаций на общественное мнение.	20	Доклад, СРС
5.	Оценка эффективности PR-кампаний в гражданском обществе Методы анализа и измерения эффективности коммуникаций.	УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	ИУК-3.1. Определяет свою роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из знания социологии и социальной психологии, методов развития личности этических норм профессионального взаимодействия с коллективом ИУК-3.2. При реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе учитывает особенности поведения и интересы других участников ИУК-3.3. Осуществляет обмен информацией,	20	

			знаниями и опытом с членами команды; оценивает статусные позиции других членов команды для достижения поставленной цели ИУК-3.4. Соблюдает нормы и установленные правила внутригруппового взаимодействия; несет личную ответственность за результат		
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 полноценную информацию о предмете, помочь составить целостное представление о нем.	Тематика, требования и рекомендации по подготовке презентации
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 **PR и гражданское общество**

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 **PR и гражданское общество**

Темы для дискуссий

1. Роль PR в формировании гражданской активности: этично ли стимулировать участие аудитории?
2. Влияние PR на общественное мнение: где проходит граница между информированием и манипуляцией?
3. Социальная ответственность НКО и PR: в чем заключается этический долг специалистов?
4. PR в кризисных ситуациях: допустимо ли скрывать или приукрашивать информацию?
5. Использование социальных сетей для продвижения социальных проектов: плюсы и минусы.
6. Работа с медиа и блогерами: где заканчивается профессиональная этика и начинается коммерческая выгода?
7. Нативная реклама и скрытые методы продвижения: этическая оценка для НКО.
8. PR для волонтерских и благотворительных инициатив: как избежать давления на аудиторию?
9. Цифровые технологии и аналитика в PR: этика сбора и использования данных граждан.
10. Международные стандарты и кодексы этики в PR: можно ли их полностью применять в местных социальных проектах?
11. Манипуляция чувствами аудитории в социальных кампаниях: допустима ли она ради благой цели?
12. Влияние PR на формирование имиджа гражданского общества и доверия к институтам.
13. Этические дилеммы при продвижении спорных социальных инициатив (например, экологических или политических).
14. Баланс интересов организации и общества: как PR-специалист принимает решения?
15. Перспективы развития PR в гражданском обществе в эпоху цифровизации: вызовы и риски.

Оформление тем для эссе (рефератов, докладов, сообщений)

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

ТЕМЫ ДОКЛАДОВ

по дисциплине **PR и гражданское общество**

1. Понятие PR и его значение 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 сегментации в PR социальных инициатив.
5. Этические и правовые аспекты PR-деятельности в социальном секторе.
6. Социальная ответственность НКО и роль PR в её продвижении.
7. PR-стратегии для продвижения волонтерских и благотворительных программ.
8. Использование социальных медиа и цифровых платформ для PR в гражданском обществе.
9. Работа со СМИ и партнёрами в PR социальных проектов.
10. Антикризисные коммуникации и управление репутацией НКО.
11. Оценка эффективности PR-кампаний в гражданском обществе.
12. Примеры успешных PR-проектов НКО и социальных инициатив.
13. Нативная реклама и скрытые методы продвижения в социальных проектах.
14. Международные и национальные стандарты этики PR в гражданском обществе.
15. Современные тенденции и перспективы развития PR в социальных инициативах

Оформление тем для презентаций

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

ТЕМЫ ДЛЯ ПРЕЗЕНТАЦИИ по дисциплине «PR и гражданское общество»

Темы для презентаций

1. Понятие PR и его роль в гражданском обществе.
2. История развития PR в социальных проектах и НКО.
3. Основные цели, функции и задачи PR в гражданском обществе.
4. Определение и сегментация целевой аудитории в PR социальных инициатив.
5. Этические и правовые аспекты PR-деятельности в социальных проектах.
6. Социальная ответственность НКО и роль PR в её продвижении.
7. PR-стратегии для волонтерских и благотворительных инициатив.
8. Использование социальных медиа и цифровых платформ для продвижения социальных проектов.
9. Работа со СМИ, блогерами и партнёрами в PR гражданского общества.
10. Антикризисные коммуникации и управление репутацией НКО.
11. Методы оценки эффективности PR-кампаний и социальных инициатив.
12. Примеры успешных PR-проектов НКО и социальных инициатив.
13. Нативная реклама и скрытые методы продвижения в социальных проектах.
14. Международные и национальные стандарты этики PR.
15. Современные тенденции и перспективы развития PR в гражданском обществе.

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

Кафедра отечественной и международной журналистики

Перечень вопросов к устному опросу

по дисциплине **PR и гражданское общество**

Промежуточный контроль знаний №1

Контрольные вопросы:

1. Понятие PR и его роль в гражданском обществе.
2. Основные цели и функции PR в социальных проектах.
3. Специфика PR-деятельности НКО и социальных инициатив.
4. Целевая аудитория и методы её сегментации в PR.
5. История развития PR в социальных проектах и гражданском обществе.
6. Этика и социальная ответственность в PR-деятельности.
7. Международные и национальные стандарты PR в гражданском обществе.
8. Основные инструменты PR для продвижения социальных проектов.
9. Роль коммуникационных стратегий в формировании общественного мнения.
10. Анализ успешных PR-кампаний социальных проектов: цели, методы, результаты.
- 11.

Контрольное задание №1:

Проанализировать выбранный PR-проект НКО или социальной инициативы, определить целевую аудиторию, цели кампании и методы коммуникации. Подготовить краткий письменный отчёт с предложениями по улучшению стратегии.

Промежуточный контроль знаний №2

Контрольные вопросы:

1. Работа со СМИ, блогерами и партнёрами в PR социальных проектов.
2. PR в цифровых медиа и социальных сетях: инструменты и особенности.
3. Нативная реклама и скрытые методы продвижения в социальных проектах.
4. Оценка эффективности PR-кампаний в гражданском обществе.
5. Антикризисные коммуникации и управление репутацией НКО.
6. Этические и правовые аспекты в PR социальных проектов.
7. Социальная ответственность НКО и роль PR в её продвижении.
8. Примеры успешных PR-кампаний и их анализ.
9. Современные тенденции и инновации в PR для гражданского общества.
10. Методы исследования и анализа общественного мнения в PR-деятельности.
- 11.

Контрольное задание №2:

Разработать краткий антикризисный коммуникационный план для условного социального проекта или НКО с учетом профессиональных этических норм. В отчёте указать возможную кризисную ситуацию, ключевые сообщения, целевую аудиторию и рекомендации по реагированию.

ФОНД ТЕСТОВЫХ ЗАДАНИЙ

по дисциплине PR и гражданское общество (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.

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

1. Дайте определение PR и объясните его роль в гражданском обществе.
2. В чем заключаются основные цели и функции PR в социальных проектах?
3. Какие особенности имеет PR-деятельность НКО по сравнению с коммерческим PR?
4. Что такое целевая аудитория и как проводится её сегментация в PR?
5. Какие инструменты используются для продвижения социальных инициатив?
6. Какие принципы социальной ответственности учитываются в PR социальных проектов?
7. Назовите основные этические и правовые нормы PR в гражданском обществе.
8. В чем заключается работа со СМИ и партнёрами в PR социальных проектов?
9. Какие методы оценки эффективности PR-кампаний применяются в гражданском обществе?
10. Как PR влияет на формирование общественного мнения и гражданской активности?
11. В чем особенности PR в цифровых медиа и социальных сетях?
12. Что такое антикризисные коммуникации и как они применяются в НКО?
13. Какие примеры успешных PR-кампаний в гражданском обществе можно привести?
14. Что такое нативная реклама и скрытые методы продвижения?
15. Какие современные тенденции и инновации отмечаются в PR социальных проектов?

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

КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ И ВОПРОСЫ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Контрольные вопросы и задание для промежуточного контроля знаний №1:

1. Понятие этики коммуникаций и профессиональной этики.
2. Специфика этики в сфере рекламы и связей с общественностью.
3. Основные принципы профессиональной этики PR- и рекламного специалиста.
4. История формирования этических норм в рекламе и PR.
5. Международные и национальные этические кодексы в сфере коммуникаций.
6. Роль профессиональных этических кодексов в регулировании деятельности специалистов.
7. Этические требования к рекламным сообщениям.
8. Манипуляция и убеждение в рекламе и PR: этические границы.
9. Социальная ответственность рекламы и PR.
10. Конфликт интересов в профессиональной деятельности специалиста по коммуникациям.

Задание для контроля №1

Практическое:

Провести анализ рекламного или PR-материала (по выбору студента) с точки зрения соблюдения профессиональных этических норм. В отчёте отразить цель коммуникации, целевую аудиторию, выявленные этические проблемы и предложенные рекомендации.

Промежуточный контроль знаний №2

Контрольные вопросы

1. Этика взаимодействия PR-специалиста со средствами массовой информации.
2. Этические дилеммы в профессиональной деятельности: виды и способы разрешения.
3. Этическая оценка рекламных и PR-кампаний.
4. Этика цифровых коммуникаций и социальных сетей.
5. Этические аспекты использования персональных данных в рекламе и PR.
6. Нативная реклама и скрытый PR: этическая оценка.
7. Антикризисные коммуникации и профессиональная этика.
8. Ответственность коммуникационного специалиста в условиях кризиса.
9. Роль саморегулирования в сфере рекламы и PR.
10. Современные вызовы и перспективы развития этики коммуникаций.

Задание для контроля №2

Практическое:

Разработать краткий антикризисный коммуникационный план для условной организации с учетом профессиональных этических норм. В работе указать возможную кризисную ситуацию, целевые аудитории, ключевые сообщения и этические принципы реагирования.

**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.