

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Цыбин, Балкис Баторович  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 10.09.2024 15:21:43  
Уникальный программный ключ:  
056af948c3e48c6f3c571e429957a8ae7b757ae8

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Бурятская государственная сельскохозяйственная академия имени В.Р.  
Филиппова»**

**Экономический факультет**

**СОГЛАСОВАНО**

Заведующий выпускающей  
кафедрой  
Социально-гуманитарные  
науки, реклама и туризм

\_\_\_\_\_  
уч. ст., уч. зв.

\_\_\_\_\_  
ФИО

\_\_\_\_\_  
подпись

«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

**УТВЕРЖДАЮ**

Декан экономического  
факультета

\_\_\_\_\_  
уч. ст., уч. зв.

\_\_\_\_\_  
ФИО

\_\_\_\_\_  
подпись

«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ  
дисциплины (модуля)**

**Б1.В.01.03 Организация массовых мероприятий в АПК  
Направление подготовки**

**42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

**Направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью в АПК**

бакалавр

Обеспечивающая преподавание дисциплины кафедра Социально-гуманитарные науки, реклама и туризм

Разработчик

\_\_\_\_\_  
подпись

\_\_\_\_\_  
уч.ст., уч. зв.

\_\_\_\_\_  
И.О.Фамилия

Внутренние эксперты:

Председатель методической  
комиссии экономического  
факультета

\_\_\_\_\_  
подпись

\_\_\_\_\_  
уч.ст., уч. зв.

\_\_\_\_\_  
И.О.Фамилия

Заведующий методическим  
кабинетом УМУ

\_\_\_\_\_  
подпись

\_\_\_\_\_  
уч.ст., уч. зв.

\_\_\_\_\_  
И.О.Фамилия

**Улан – Удэ, 2022**

## ВВЕДЕНИЕ

1. Оценочные материалы по дисциплине (модулю) является обязательным обособленным приложением к Рабочей программе дисциплины (модуля) и представлены в виде оценочных средств.

2. Оценочные материалы является составной частью нормативно-методического обеспечения системы оценки качества освоения обучающимися указанной дисциплины (модуля).

3. При помощи оценочных материалов осуществляется контроль и управление процессом формирования обучающимися компетенций, из числа предусмотренных ФГОС ВО в качестве результатов освоения дисциплины (модуля).

4. Оценочные материалы по дисциплине (модулю) включает в себя:

- оценочные средства, применяемые при промежуточной аттестации по итогам изучения дисциплины (модуля).

- оценочные средства, применяемые в рамках индивидуализации выполнения, контроля фиксированных видов ВАРО;

- оценочные средства, применяемые для текущего контроля;

5. Разработчиками оценочных материалов по дисциплине (модулю) являются преподаватели кафедры, обеспечивающей изучение обучающимися дисциплины (модуля) в Академии. Содержательной основой для разработки оценочных материалов является Рабочая программа дисциплины (модуля).

## 1. ОЖИДАЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ИЗУЧЕНИЯ

учебной дисциплины (модуля), персональный уровень достижения которых проверяется  
с использованием представленных в п. 3 оценочных материалов

Компетенции, в формировании которых задействована дисциплина		Код и наименование индикатора достижений компетенции	Компоненты компетенций, формируемые в рамках данной дисциплины (как ожидаемый результат ее освоения)		
код	наименование		знать и понимать	уметь делать (действовать)	владеть навыками (иметь навыки)
1		2	3	4	5
<b>Профессиональные компетенции</b>					
ПКС-5	Способен осуществлять профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в АПК	ПКС-5.1 Участвует в продвижении товаров и услуг АПК средствами рекламы и связей с общественностью	Знает инструменты рекламы и связей с общественностью, особенности товаров и услуг АПК.	Умеет осуществлять продвижение товаров и услуг АПК средствами рекламы и связей с общественностью	Владеет навыками участия в продвижении товаров и услуг АПК средствами рекламы и связей с общественностью
		ПКС-5.2 При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке коммуникационного продукта, проведении мероприятий по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценке эффективности рекламы и связей с общественностью, учитывает специфику сферы деятельности.	Знает особенности текстов рекламы и связей с общественностью, специфику АПК	Умеет разрабатывать коммуникационный продукт, создавать тексты с учетом специфики сферы деятельности	Владеет навыками написания текстов, проведения мероприятий по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценки эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью в АПК.

## 2.3 РЕЕСТР

### элементов оценочных материалов по дисциплине (модулю)

Группа оценочных средств	Оценочное средство или его элемент
1	2
1. Средства для промежуточной аттестации по итогам изучения дисциплины	Перечень вопросов к экзамену
	Критерии оценивания
2. Средства для индивидуализации выполнения, контроля фиксированных видов (ВАРО)	Не предусмотрены учебным планом
	Комплект контрольных вопросов для проведения устных опросов
3. Средства для текущего контроля	Критерии оценки
	Шкала оценивания
	Перечень дискуссионных тем
	Критерии оценки
	Шкала оценивания
	Перечень кейс-задач
	Критерии оценки кейс-задач
	Шкала оценивания кейс-задач
	Комплект тестовых заданий
	Критерии оценки
	Шкала оценивания
	Комплект заданий для самостоятельной работы:
	Комплект практических заданий
	Критерии и шкала оценивания
	Перечень тем для подготовки конспектов
Критерии и шкала оценивания	

### 3. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код и название компетенции	Код индикатора достижения компетенции	Индикаторы компетенции	Показатель оценивания – знания, умения, навыки (владения)	Уровни сформированности компетенций				Формы и средства контроля формирования компетенций
				компетенция не сформирована	минимальный	средний	высокий	
				Оценки сформированности компетенций				
				2	3	4	5	
				Оценка «неудовлетворительно»	Оценка «удовлетворительно»	Оценка «хорошо»	Оценка «отлично»	
Характеристика сформированности компетенции								
			Компетенция в полной мере не сформирована. Имеющихся знаний, умений и навыков недостаточно для решения практических (профессиональных) задач	Сформированность компетенции соответствует минимальным требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков в целом достаточно для решения практических (профессиональных) задач	Сформированность компетенции в целом соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков и мотивации в целом достаточно для решения стандартных практических (профессиональных) задач	Сформированность компетенции полностью соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков и мотивации в полной мере достаточно для решения сложных практических (профессиональных) задач		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Критерии оценивания								
ПКС-5 Способе н осуществлять профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в АПК	ПКС-5.1	Полнота знаний	знает и понимает инструменты рекламы и связей с общественностью, особенности товаров и услуг АПК.	не знает и не понимает инструменты рекламы и связей с общественностью, особенности товаров и услуг АПК.	плохо знает и понимает инструменты рекламы и связей с общественностью, особенности товаров и услуг АПК.	знает и понимает инструменты рекламы и связей с общественностью, особенности товаров и услуг АПК., однако допускает некоторые неточности	хорошо знает и понимает инструменты рекламы и связей с общественностью, особенности товаров и услуг АПК.	Перечень вопросов к экзамену, комплект контрольных вопросов для проведения устных опросов, перечень практических заданий для самостоятельной работы, перечень тем для подготовки конспектов, перечень дискуссионных тем, перечень кейс задач, комплект тестовых заданий
		Наличие умений	умеет осуществлять продвижение товаров и услуг АПК средствами рекламы и связей с общественностью	не умеет осуществлять продвижение товаров и услуг АПК средствами рекламы и связей с общественностью	Умеет принимать участие в продвижении товаров и услуг АПК средствами рекламы и связей с общественностью, но не может осуществлять продвижение товаров и услуг АПК средствами рекламы и связей с общественностью	Умеет осуществлять продвижение товаров и услуг АПК средствами рекламы и связей с общественностью, но допускает ошибки	в полной мере умеет осуществлять продвижение товаров и услуг АПК средствами рекламы и связей с общественностью	

		Наличие навыков (владение опытом)	навыками участия в продвижении товаров и услуг АПК средствами рекламы и связей с общественностью	не владеет навыками участия в продвижении товаров и услуг АПК средствами рекламы и связей с общественностью	плохо владеет навыками участия в продвижении товаров и услуг АПК средствами рекламы и связей с общественностью	владеет навыками участия в продвижении товаров и услуг АПК средствами рекламы и связей с общественностью, но допускает некоторые неточности	в полной мере владеет навыками участия в продвижении товаров и услуг АПК средствами рекламы и связей с общественностью	
	ПКС-5.2	Полнота знаний	Знает и понимает особенности текстов рекламы и связей с общественностью, специфику АПК	Не знает и не понимает особенности текстов рекламы и связей с общественностью, специфику АПК	плохо знает и понимает особенности текстов рекламы и связей с общественностью, специфику АПК	знает и понимает особенности текстов рекламы и связей с общественностью, специфику АПК, однако допускает некоторые неточности	Хорошо знает и понимает особенности текстов рекламы и связей с общественностью, специфику АПК	Перечень вопросов к экзамену, комплект контрольных вопросов для проведения устных опросов, перечень практических заданий для самостоятельной работы, перечень тем для подготовки конспектов, перечень дискуссионных тем, перечень кейс задач, комплект тестовых заданий
		Наличие умений	Умеет разрабатывать коммуникационный продукт, создавать тексты с учетом специфики сферы деятельности	Не умеет разрабатывать коммуникационный продукт, создавать тексты с учетом специфики сферы деятельности	Умеет разрабатывать коммуникационный продукт, но не может создавать тексты с учетом специфики сферы деятельности	Умеет разрабатывать коммуникационный продукт, создавать тексты с учетом специфики сферы деятельности, но допускает некоторые ошибки	В полной мере умеет разрабатывать коммуникационный продукт, создавать тексты с учетом специфики сферы деятельности	
		Наличие навыков (владение опытом)	Навыками написания текстов, проведения мероприятий по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценки эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью в АПК	Не владеет навыками написания текстов, проведения мероприятий по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценки эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью в АПК	Плохо владеет навыками написания текстов, проведения мероприятий по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценки эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью в АПК	владеет навыками написания текстов, проведения мероприятий по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценки эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью в АПК, но допускает некоторые неточности	В полной мере владеет навыками написания текстов, проведения мероприятий по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценки эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью в АПК	

**4. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения основной профессиональной образовательной программы**

**4.1. Типовые контрольные задания, необходимые для оценки знаний, умений, навыков**

**4.1.1. Средства для промежуточной аттестации по итогам изучения дисциплины**

<b>Нормативная база</b> <b>проведения промежуточной аттестации обучающихся по результатам изучения дисциплины:</b> Б1.В.01.03 Организация массовых мероприятий в АПК	
1) действующее «Положение о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ФГБОУ ВО Бурятская ГСХА»	
<b>Основные характеристики промежуточной аттестации обучающихся по итогам изучения дисциплины (модуля)</b>	
1	2
<b>Форма промежуточной аттестации -</b>	экзамен
<b>Место экзамена в графике учебного процесса:</b>	1) подготовка к экзамену и сдача экзамена осуществляется за счёт учебного времени (трудоемкости), отведённого на экзаменационную сессию для обучающихся, сроки которой устанавливаются приказом по академии 2) дата, время и место проведения экзамена определяется графиком сдачи экзаменов, утверждаемым деканом факультета (директором института)
<b>Форма экзамена -</b>	<i>Устный</i>
<b>Процедура проведения экзамена -</b>	представлена в оценочных материалах по дисциплине 1) представлена в оценочных материалах по дисциплине 2) охватывает разделы (в соответствии с п. 4.1 настоящего документа)
<b>Экзаменационная программа по учебной дисциплине:</b>	представлены в оценочных материалах по дисциплине
<b>Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков:</b>	

**Вопросы к экзамену по дисциплине (модулю)**

1. Массовые мероприятия, проводимые в практике специалистов по рекламе и ССО. (ПКС-5)
2. Мероприятия, направленные на установление отношений со СМИ (ПКС-5)
3. Цели и задачи пресс-завтрака, пресс-ланча. (ПКС-5)
4. Технологии создания информационного повода для пресс-конференций. (ПКС-5)
5. Основные правила подготовки и проведения пресс-конференций. (ПКС-5)
6. Специфика организации брифинга, пресс-тура. (ПКС-5)
7. Виды презентаций, способы организации. (ПКС-5)
8. Организация и проведение «Дня открытых дверей». (ПКС-5)
9. Пресс-релиз, правила его составления. (ПКС-5)
10. Виды мероприятий по связям с общественностью в коммерческом секторе. (ПКС-5)
11. Мероприятия для целевой аудитории. (ПКС-5)
12. Роль благотворительных и гуманитарных акций в практике менеджеров по рекламе и связям с общественностью. (ПКС-5)
13. Корпоративные мероприятия в связях с общественностью. (ПКС-5)
14. Мотивационные мероприятия для персонала. (ПКС-5)
15. Правила проведения деловых встреч. Функциональная значимость деловых встреч. (ПКС-5)
16. Подготовка к деловым переговорам. Основные причины неэффективности деловых встреч. (ПКС-5)
17. Правила организации «круглого стола». (ПКС-5)
18. Портретное, проблемное интервью. Правила PR-специалиста в общении с журналистами. (ПКС-5)
19. Достоинства и недостатки очного, заочного и виртуального интервью. (ПКС-5)
20. Акции экологического и дидактического характера в ССО. (ПКС-5)
21. Организация официальных и неофициальных приемов. (ПКС-5)
22. Цели и задачи корпоративных празднеств. (ПКС-5)
23. Сценарий. Правила его написания. (ПКС-5)
24. Оформление мероприятий. (ПКС-5)
25. Требования к техническому обеспечению мероприятий. (ПКС-5)

## **5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы**

### **5.1. Критерии оценки к экзамену**

*Оценка «отлично» (86-100 баллов)* ставится обучающемуся, обнаружившему систематические и глубокие знания учебно-программного материала, умения свободно выполнять задания, предусмотренные программой в типовой ситуации (с ограничением времени) и в нетиповой ситуации, знакомство с основной и дополнительной литературой, усвоение взаимосвязи основных понятий дисциплины в их значении приобретаемой специальности и проявившему творческие способности и самостоятельность в приобретении знаний. Студент исчерпывающим образом ответил на вопросы экзаменационного билета. Задача решена правильно, студент способен обосновать выбранный способ и пояснить ход решения задачи.

*Оценка «хорошо» (71-85 баллов)* ставится обучающемуся, обнаружившему полное знание учебно-программного материала, успешное выполнение заданий, предусмотренных программой в типовой ситуации (с ограничением времени), усвоение материалов основной литературы, рекомендованной в программе, способность к самостоятельному пополнению и обновлению знаний в ходе дальнейшей работы над литературой и в профессиональной деятельности. При ответе на вопросы экзаменационного билета студентом допущены несущественные ошибки. Задача решена правильно или ее решение содержало несущественную ошибку, исправленную при наводящем вопросе экзаменатора.

*Оценка «удовлетворительно» (56-70 баллов)* ставится обучающемуся, обнаружившему знание основного учебно-программного материала в объеме, достаточном для дальнейшей учебы и предстоящей работы по специальности, знакомство с основной литературой, рекомендованной программой, умение выполнять задания, предусмотренные программой. При ответе на экзаменационные вопросы и при выполнении экзаменационных заданий обучающийся допускает погрешности, но обладает необходимыми знаниями для устранения ошибок под руководством преподавателя. Решение задачи содержит ошибку, исправленную при наводящем вопросе экзаменатора.

*Оценка «неудовлетворительно» (менее 56 баллов)* ставится обучающемуся, обнаружившему пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий, слабые побуждения к самостоятельной работе над рекомендованной основной литературой. Оценка «неудовлетворительно» ставится обучающимся, которые не могут продолжить обучение или приступить к профессиональной деятельности по окончании академии без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

## **6. Оценочные материалы для организации текущего контроля успеваемости обучающихся**

### **Комплект контрольных вопросов для проведения устных опросов**

Тема 1. Мероприятие: понятия и технология

1. Определение понятия «мероприятие»
2. Классификация мероприятий
3. Этапы подготовки мероприятий

Тема 2. Правила написания сценариев мероприятий

1. Понятие сценария
2. Структура сценария массового мероприятия
3. Оформление сценария массового мероприятия

Тема 3. Правила оформлений и технического обеспечения мероприятий

1. Понятие «оформление мероприятий»
2. Техническое обеспечение мероприятий (зал для проведения мероприятия; место для выступления участников; подбор технических средств)
3. Техническое оформление и обеспечение культурной программы мероприятия

Тема 4. Регулярные мероприятия. Совещание

1. Определение понятия, типология совещаний
2. Подготовка к проведению совещания
3. Процедура проведения совещания.
4. Председатель и секретарь совещания
5. Оформление протокола

Тема 5. Нерегулярные мероприятия. Выставка

1. Этапы развития выставочного дела



2. Классификация выставок
3. Участие в выставке
4. Причины участия учреждения в выставке
5. Выбор способа участия в выставке
6. Особенности работы на выставке
7. Послевывставочная стадия
- Тема 6. Организация и проведение презентаций
  1. Понятие «презентация», типология
  2. Цели и задачи презентации
  3. Вопросы подготовки презентации
  4. Презентационная речь
  5. Выражение идеи и цели презентации
  6. Выбор места проведения презентации
  7. Использование наглядных материалов
- Тема 7. Организация и проведение конференций
  1. Определение понятия «конференция»
  2. Классификация конференций
  3. Особенности подготовки и проведения конференции
- Тема 8. Массовое мероприятие. Праздник
  1. Понятие массового мероприятия
  2. Понятие праздника
  3. План-сценарий
  4. Подготовка праздника
- Тема 9. Массовое мероприятие. Фестиваль
  1. Понятие фестиваля
  2. Этапы организации фестиваля
  3. Особенности организации международного фестиваля
- Тема 10. Корпоративные мероприятия
  1. Понятие корпоративного мероприятия
  2. Виды корпоративных мероприятий
  3. Праздник как корпоративное мероприятие
- Тема 11. Организация пресс-конференций, брифинга
  1. Понятие пресс-конференции и брифинга, их особенности и отличительные черты.
  2. Принципы формирования информационного повода.
  3. Признаки значимого события.
  4. Подготовительный этап к пресс-конференции.
  5. Составные части пресс-конференции.
- Тема 12. Организация пресс-тура, пресс-завтрака, пресс-пула
  1. Общие принципы взаимодействия со СМИ в практике связей с общественностью.
  2. «Пресс-тур», «Пресс-завтрак», «Встреча с журналистами без галстуков», «День прессы».
  3. Роль пресс-клуба. Приманки для журналистов.
  4. «Информационное спонсорство», видеоконференции и телемосты.
- Тема 13. Организация Дня открытых дверей
  1. Цели и задачи проведения «Дня открытых дверей».
  2. Методика проведения «Дня открытых дверей».
  3. Особенности подготовки сценария мероприятия.
  4. Анализ и оценка эффективности проведения мероприятия.
- Тема 14. Организация официальных и неофициальных приемов
  1. Классификация приемов.
  2. Организация приемов – «Ланч», «Коктейль», «Фуршет».
  3. Организация приемов – «Обед», «Ужин».
  4. Организация приема «Барбекю», «Русский пикник («На шашлыки»)». В чем различие?
- Тема 15. Организация деловых встреч
  1. Причины достаточные для деловой встречи.
  2. Требования к проведению деловой встречи.
  3. Процедуры ведения обсуждения.
  4. Организация деловых встреч между представителями разных организаций.
- Тема 16. Интервью – особый вид деловой встречи
  1. Подготовка к проведению интервью.
  2. Интервью по инициативе СМИ
  3. Интервью для СМИ по инициативе организации
  4. Виды интервью, проводимых специалистами по связям с общественностью с целью исследования.

### Критерии оценивания:

- правильность ответа по содержанию задания (учитывается количество и характер ошибок при ответе);
- полнота и глубина ответа (учитывается количество усвоенных фактов, понятий и т.п.);
- сознательность ответа (учитывается понимание излагаемого материала);
- логика изложения материала (учитывается умение строить целостный, последовательный рассказ, грамотно пользоваться специальной терминологией);
- использование дополнительного материала;
- рациональность использования времени, отведенного на задание.

### Шкала оценивания

Баллы для учета в рейтинге (оценка)	Степень удовлетворения критериям
100-86 баллов «отлично»	Обучающийся полно и аргументировано отвечает по содержанию вопроса (задания); обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только по учебнику, но и самостоятельно составленные; излагает материал последовательно и правильно.
85-71 балл «хорошо»	Обучающийся достаточно полно и аргументировано отвечает по содержанию вопроса (задания); обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только по учебнику, но и самостоятельно составленные; излагает материал последовательно. Допускает 1-2 ошибки, исправленные с помощью наводящих вопросов.
70-56 баллов «удовлетворительно»	Обучающийся обнаруживает знание и понимание основных положений данного задания, но излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; излагает материал непоследовательно и допускает ошибки.
55 баллов и менее «неудовлетворительно»	Обучающийся обнаруживает незнание ответа на соответствующее задание (вопрос), допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал. Отмечаются такие недостатки в подготовке обучающегося, которые являются серьезным препятствием к успешному овладению последующим материалом.

### Перечень дискуссионных тем

Тема. Нерегулярные мероприятия. Выставка  
Особенности проведения выставок в АПК  
Эффективность проведения выставочных мероприятий  
Тема: Организация официальных и неофициальных приемов  
Правила этикета во время официальных приемов

### Критерии оценивания

: – теоретический уровень знаний; – качество ответов на вопросы; – подкрепление материалов фактическими данными (статистические данные или др.); – практическая ценность материала; – способность делать выводы; – способность отстаивать собственную точку зрения; – способность ориентироваться в представленном материале; – степень участия в общей дискуссии.

### Шкала оценивания:

Баллы для учета в рейтинге (оценка)	Степень удовлетворения критериям
86-100 баллов «отлично»	Обучающийся свободно владеет учебным материалом; проявляет навыки анализа, обобщения, критического осмысления, публичной речи, аргументации, ведения дискуссии и полемики, критического восприятия информации; материал изложен грамотно, в определенной логической последовательности, точно используется терминология; показано умение иллюстрировать теоретические положения конкретными примерами, применять
71-85 баллов «хорошо»	Ответ удовлетворяет в основном требованиям на оценку «отлично», но при этом имеет один из недостатков: в усвоении учебного материала допущены небольшие пробелы, не искавшие содержание ответа; допущены один – два недочета в формировании навыков публичной речи, аргументации, ведения дискуссии и полемики, критического восприятия информации.
70-56 баллов «удовлетворительно»	Неполно или непоследовательно раскрыто содержание материала, но показано общее понимание вопроса и продемонстрированы умения, достаточные для дальнейшего усвоения материала; имелись затруднения или допущены ошибки в определении понятий, использовании терминологии, исправленные после нескольких наводящих вопросов. Обучающийся не может применить теорию в новой ситуации.
55 и менее балла «неудовлетворительно»	Не раскрыто основное содержание учебного материала; обнаружено незнание или непонимание большей или наиболее важной части учебного материала; допущены ошибки в определении понятий, при использовании терминологии, которые не исправлены после нескольких наводящих вопросов; не сформированы умения

### Перечень кейс-задач

Тема. Правила написания сценариев мероприятий

#### 1. PR музея истории города Улан-Удэ

*Музей истории города Улан-Удэ, созданный 10 декабря 1999 года, является одной из достопримечательностей нашего города. В июне 2000 года музей начал работать по адресу ул. Свердлова, 13. В марте 2001 года мэр города Улан-Удэ выделил для музея дом купца потомственного почётного гражданина Ивана Флегонтовича Голдобина в исторической части города по адресу ул. Ленина 26.*

*Иркутский купец I-ой гильдии И. Ф. Голдобин приобрёл усадьбу в центре Верхнеудинска в 1879 году. Усадьба была перестроена по чертежам Н. А. Паув. В 1880 году началась перестройка надворных строений. По проекту 1888 года в усадьбе построен одноэтажный деревянный дом (ул. Ленина, 26), каменный флигель, водочный завод с подвалом (не сохранились). 21 июня 1891 года в доме Голдобиных останавливался наследник престола Николай II, возвращавшийся из кругосветного путешествия.*

*В 1892 году после смерти И. Ф. Голдобина владелицей усадьбы стала его жена Елизавета Ивановна Голдобина (позже Кукель). В 1900-е годы Елизавета Ивановна переехала в Киев, а владельцем усадьбы стал сын Ивана Флегонтовича — Николай Иванович Голдобин.*

*После Октябрьской революции дом был реквизирован по решению Совета рабочих, крестьянских и солдатских депутатов. В годы Советской власти в доме располагались различные учреждения, некоторые помещения использовались как жилые квартиры.*

*9 июля 1996 года Постановлением Правительства Республики Бурятия дом был объявлен памятником архитектуры и градостроительства.*

*В музее демонстрируются экспозиции, связанные историей Верхнеудинска и Улан-Удэ.*

*В наши дни музей испытывает значительные финансовые затруднения. Вызвано это, как с сокращением финансового обеспечения со стороны Администрации города Улан-Удэ, так и снижением посещаемости. Хотя работники музея стараются активно проводить рекламно-просветительную работу в образовательных учреждениях города, дают рекламную информацию в социальных сетях, тем не менее, в плане продвижения и PR они испытывают определенные затруднения.*

**Вопрос:** Какие малобюджетные PR-мероприятия, на ваш взгляд, наиболее эффективно способствуют увеличению посещаемости данного музея?

**Задание:** Напишите сценарий PR-мероприятия, цель которого увеличить посещаемость музея истории города Улан-Удэ.

Тема. Массовое мероприятие. Фестиваль

#### 1. Руководствуясь приведенным ниже примером сценария фестиваля, подготовьте программу фестиваля «Студенческая песня».

*Технология проведения Международного фестиваля народной музыки и танца «Подмосковные вечера» в г. Электросталь Московской области.*

*Свою историю фестиваль начинает с мая 1994 года, когда для участия в нем прибыли коллективы из 17 стран Европы, Азии, Америки, Африки. С 1998 года фестиваль внесен в Международный каталог «Лучшие фестивали мира».*

*Международный фестиваль народной музыки и танца «Подмосковные вечера» проводится с целью расширения международного сотрудничества в области традиционной культуры, популяризации народного творчества, знакомства публики с национальным искусством России, стран СНГ и народов мира. Его программа включает в себя выступления коллективов в концертных залах, на открытых площадках города, вечера отдыха, костюмированные шествия, гала-концерт участников и праздничный фейерверк. Это не только яркое событие, но и творческие контакты между представителями разных стран мира. Основными целями фестиваля являются:*

- 1. пропаганда традиционного народного искусства России в целом и Московского региона в частности;*
- 2. укрепление влияния российской культуры на мировой культурный процесс;*
- 3. укрепление международных культурных связей;*
- 4. использование опыта зарубежных стран в развитии отечественной культуры.*

*Подготовка к фестивалю началась с принятия решения о необходимости его проведения и выхода соответствующего указания.*

*Затем была разработана программа фестиваля, где указывались тема, место и время проведения. После этого расписывался каждый день и час работы участников фестиваля, излагались расписание и программа выступлений, репетиций, указывались время завтрака, обеда,*

ужина, свободное время участников фестиваля, культурная программа (экскурсии, вечера отдыха).

Таких программ составляется две:

- 1) внешняя — для гостей — участников фестиваля;
- 2) внутренняя, более развернутая, с подробным описанием всех мероприятий, указанием ответственных лиц и их контактных телефонов — для организаторов фестиваля (оргокомитета, рабочей группы, обслуживающего персонала).

Международный фестиваль — это крупное мероприятие с большим количеством участников, поэтому назначение ответственных лиц и сроков исполнения закреплялось приказом.

Важно было обеспечить связь ответственных лиц с руководителем и между собой, а с некоторыми сотрудниками — круглосуточную связь на время проведения фестиваля. Были приобретены также карты оплаты мобильной связи различных операторов (по согласованию с сотрудниками), и эти расходы включены в смету мероприятия.

Сценарий торжественного открытия и закрытия фестиваля составляли специалисты творческого отдела, получив пожелания руководителя и список предполагаемых выступлений почетных гостей. Референт, который является помощником руководителя, подготовил материалы для его выступления.

Статус мероприятия повышается за счет присутствия на нем высокопоставленных лиц. В обязанности референта входило также осуществление контактов с различными высокими международными и российскими организациями.

Письмо-приглашение почетному гостю должно содержать информацию о фестивале с указанием его статуса, сообщение о согласии принять в нем участие других высокопоставленных лиц и приглашение принять участие в открытии или присутствовать на протяжении всего времени проведения фестиваля.

Организаторы позаботились о встрече почетных гостей, размещении и организации питания.

Очень важный этап — информационное и правовое обеспечение участников фестиваля, включающее рассылку информационных писем о проведении фестиваля, писем-приглашений с указанием сроков и условий участия заинтересованным партнерам. После заполнения заявок на участие и решения правовых вопросов (оформление приглашений, виз) определяется точное количество участников фестиваля. Затем необходимо выяснить, какие помещения понадобятся в ходе проведения мероприятия, и оборудовать их соответственно целям, провести ремонт там, где это необходимо, приобрести дополнительную мебель и инвентарь согласно плану подготовки к фестивалю.

Далее решается вопрос о размещении и питании участников.

Помимо Центра культуры, на базе которого проводится фестиваль, в ведении предприятия «Машиностроительный завод» находится также Дом отдыха «Колонтаево», медико-санитарная часть и лечебно-диагностический центр, на предприятии есть транспортный цех, отдел питания и служба охраны.

Таким образом, гости и участники фестиваля размещались в Доме отдыха «Колонтаево», который находится в 50 км от Москвы и в 10 км от города Электросталь. Пансионат расположен в живописном месте на берегу реки. Размещение проводилось в двух- и трехместных номерах, почетные гости проживали в Гостином доме.

Было обеспечено трехразовое питание — «шведский стол». Причем специалисту, ответственному за питание участников, необходимо было собрать информацию о национальных предпочтениях, религиозных праздниках и традиционных особенностях питания представителей стран — участниц фестиваля и передать ее шеф-повару, так как меню должно составляться таким образом, чтобы иностранные гости всегда могли выбрать блюдо по своему вкусу.

Ответственным за проживание, питание участников, обеспечение охраны и оказание первой медицинской помощи в пансионате был назначен директор Дома отдыха, а на территории города Электросталь и во время выездных мероприятий — руководители соответствующих подразделений ОАО «Машиностроительный завод» в соответствии с указанием о проведении фестиваля.

Транспортное обслуживание — один из главных вопросов на мероприятии такого масштаба. По заявке на участие или в ходе дальнейшей переписки с представителями иностранных делегаций выяснялось, каким видом транспорта коллектив воспользуется для прибытия на фестиваль (самолет, поезд или автобус). После того как была получена необходимая информация, составили заказ на транспортное обслуживание, учитывая количество автобусов и маршруты, соответственно программе проведения фестиваля.

По опыту проведения предыдущих фестивалей выяснилось, что лучше заказывать автотранспорт не на точное количество участников, а с небольшим запасом свободных мест, в связи с тем, что на фестиваль может приехать группа с представителем своей страны или другими делегатами, которые не входят в состав коллектива (об этом может стать известно после того, как будет составлен план транспортного обеспечения), либо у ансамбля может быть

громоздкий реквизит или дорогие музыкальные инструменты, которые они не пожелают положить в багажное отделение. Сотрудник, ответственный за транспортное обеспечение, составил сводный график работы транспорта на время проведения фестиваля, где были указаны дата, время и место прибытия, пункт назначения, количество человек для перевозки, лицо, ответственное за перевозку, фамилия, имя, отчество водителя и его контактный телефон. Решая вопросы финансирования за счет предприятия, нельзя забывать и о тех, которые потребуют дополнительных расходов, а именно:

1. заключение договора с переводчиками;
2. изготовление рекламной продукции и проведение рекламной кампании;
3. приобретение дополнительных технических средств, мебели, инвентаря согласно плану подготовки к фестивалю.

На международном мероприятии при общении с зарубежными партнерами необходимы услуги переводчика. Следует приглашать хороших специалистов, желательно переводчиков-профессионалов, так как от квалификации переводчика часто зависят атмосфера и успех мероприятия.

Рекламная кампания является важным этапом в подготовке мероприятия.

1) За месяц до события в городских и областных газетах публикуются статьи о Международном фестивале народной музыки и танца «Подмосковные вечера», рассказывающие об истории его создания и проведении предыдущих фестивалей, дается информация об очередном и приглашение его посетить. За неделю до фестиваля в газетах публикуется подробная программа его проведения, информация о зарубежных коллективах-участниках и именитых почетных гостях фестиваля. Желательно наличие нескольких фотографий.

2) Для телевизионной рекламы снимается небольшой рекламный ролик, дается информация о сроках и месте проведения фестиваля, странах-участницах, ссылка на источник более подробной информации.

3) Для радиозэфира целесообразно провести накануне мероприятия небольшую передачу, посвященную фестивалю. Акцент должен быть сделан не столько на фактах из истории проведения, сколько на ярких впечатлениях зрителей и, возможно, самих участников, например представителей местного фольклорного ансамбля, которые могут выступить в эфире. Рекламное сообщение должно включать информацию о сроках и месте проведения фестиваля, странах-участницах. Во время проведения фестиваля по радио в течение дня можно транслировать программу выступлений коллективов на текущий день.

4. Изготовление афиш, оформление Центра культуры, размещение подробной программы фестиваля на стендах у ЦК возлагается на художников-оформителей. Самое важное во внешнем оформлении — установление эмблемы фестиваля на центральном фасаде ЦК и флагов стран — участниц фестиваля, а также флагов ЮНЕСКО И СИОФФ. Изготавливаются программки и пригласительные билеты, которые распространяются по школам, организациям и предприятиям города.

Составляя смету расходов, нужно подумать и о дополнительных источниках финансирования мероприятия. Процесс сбора средств, которые используются для поддержки и реализации социально значимых программ, называется фандрайзинг. Для фестиваля «Подмосковные вечера» возможно несколько способов фандрайзинга.

1) Средства из местного бюджета. Данный способ, бесспорно, подходит, так как администрация (в нашем случае отдел культуры администрации города) сама заинтересована в проводимом Центром культуры мероприятии.

2) Участие в государственных(или региональных) целевых программах. Такими программами управляют соответствующие ведомства, а на местах создаются специальные фонды. Международный фестиваль народной музыки и танца «Подмосковные вечера» официально включен в Федеральную программу «Развитие и сохранение культуры и искусства Российской Федерации», областную целевую программу «Развитие культуры и сохранение культурного наследия России», электростальскую программу сохранения и развития культуры, искусства и народного творчества. Таким образом, можно рассчитывать на средства из федерального, областного и городского бюджетов.

3) Обращения в коммерческие компании, банки. Многие из них начинают финансировать благотворительные программы и мероприятия. Здесь можно рассчитывать как на получение целевого пожертвования, так и на спонсорские средства. Последние отличаются от пожертвований тем, что спонсор получает определенную коммерческую выгоду от взаимодействия с организацией. Так, например, во время проведения фестиваля проводится рекламная кампания его спонсоров.

Нужно учесть, что компании бывает легче предоставить свои товары (бесплатно или с ощутимой скидкой) или оплатить какие-то счета, чем выделить деньги.

Накануне открытия фестиваля было проведено совещание на предмет готовности всех служб к мероприятию, выяснялось состояние материально-технической базы, устанавливалось,

насколько реализованы все пункты плана по подготовке к фестивалю, решались незавершенные вопросы.

По итогам проведения VI Международного фестиваля народной музыки и танца «Подмосковные вечера» выяснилось, что технология процесса его подготовки и проведения была эффективно спроектирована, рационально распределены функции и ответственность между руководителями подразделений, четко координировалась их деятельность во время проведения мероприятия.

Все фестивали сходны между собой своими целями, стремлением к восстановлению народных традиций, возвращению их в нашу жизнь. Вместе с тем ни один из них не повторяет другой, каждый раз обнаруживаются новые грани деятельности, выявляются проблемы и перспективы развития.

Тема. Корпоративные мероприятия

1. Для какой-либо компании составьте план празднования Международного женского дня.

### Критерии оценки кейс-задач

- факторы, определяющие решение задачи;
- изложение материала;
- навыки публичного выступления;
- нестандартные подходы к решению задачи;
- активность всех членов группы

### Шкала оценивания кейс-задач

Оценка	Критерии
5 (отлично) 100-86 б.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• факторы, определяющие решение задачи (проблемы), учтены в полном объеме;</li> <li>• материал изложен логично, грамотно, подтвержден убедительной аргументацией;</li> <li>• в выступлении обнаруживается свободное владение профессиональной терминологией;</li> <li>• присутствует креативность решения задачи (проблемы);</li> <li>• группа работала как единая команда, все активно принимали участие</li> </ul>
4 (хорошо) 85-71 б.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• не учтены все факторы, определяющие решение задачи (проблемы)</li> <li>• логическая последовательность в решении задачи (проблемы) представлена не явно;</li> <li>• в выступлении обнаруживается владение профессиональной терминологией, но содержание и форма ответа имеют отдельные неточности;</li> <li>• решение задачи правильно, однако отсутствует креативность решения задачи (проблемы);</li> <li>• группа работала дружно, но отдельные студенты были мало вовлечены в работу</li> </ul>
3 (удовлетв-но) 70-56 б.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• факторы, определяющие направление решения задачи (проблемы), учтены лишь частично;</li> <li>• материал изложен неполно, непоследовательно, отсутствует аргументация решения.</li> <li>• обнаруживается недостаточно глубокое понимание изученного материала и слабое владение профессиональной терминологией;</li> <li>• отсутствует креативность решения задачи (проблемы);</li> <li>• группа работала дружно, но отдельные студенты были мало вовлечены в работу</li> </ul>
2 (неудовлетв-но) 55 и менее	<ul style="list-style-type: none"> <li>• решение отсутствует или не соответствует условиям задачи (проблемы).</li> <li>• логическая последовательность в решении задачи (проблемы) отсутствует;</li> <li>• отсутствуют необходимые теоретические знания; допущены ошибки в определении понятий, искажен их смысл;</li> <li>• отсутствует креативность решения задачи (проблемы);</li> <li>• группа разобщена, отсутствует командный дух.</li> </ul>

### Комплект тестовых заданий

1. Понятие «брейнсторминг»
  - A. неформальную деловую встречу;
  - B. подготовительную работу PR-специалиста в сфере организации массовых мероприятий;
  - C. проведение встречи, во время которой происходит “мозговой шторм” в решении той или иной проблемы;
  - D. распространение рекламной продукции.
2. Брифинг – это:
  - A. мероприятие по изучению рынка;
  - B. мероприятие, целью которого является обсуждение глобальных проблем человечества;
  - C. короткая встреча представителей официальных лиц или организации с журналистами;
  - D. заключительный этап в пресс-туре.
3. Ньюсмейкеры – это:
  - A. эксперты, аналитики, лидеры общественного мнения;
  - B. лица, ответственные за проведение PR-мероприятия;

- C. представители государственных органов;
  - D. члены целевой аудитории.
4. Мероприятие, специально предназначенное для осуществления устных контактов представителей организации с журналистами, называется...
- A. презентацией;
  - B. интервью;
  - C. семинаром;
  - D. пресс-конференцией.
5. PR-мероприятие, отличающееся от пресс-конференции меньшим масштабом и посвященное промежуточным итогам каких-либо подлинно эпохальных новостных событий, называется...
- A. пресс-туром;
  - B. презентацией;
  - C. брифингом;
  - D. тренингом.
6. Какой из видов интервью пользуется наибольшей популярностью в деятельности PR-специалистов?
- A. очное интервью;
  - B. заочное интервью;
7. Мероприятие, преследующее цель подготовить журналистское мнение к неоднозначным или сложным для понимания шагам руководства бизнес-структуры или организации называется...
- A. круглым столом;
  - B. пресс-завтраком;
  - C. брифингом;
  - D. пресс-клубом.
8. Кейтеринг – это...
- A. обеспечение питанием участников мероприятия;
  - B. услуга по продвижению товара;
  - C. разработка товарного знака;
  - D. процесс по созданию имиджа.
9. Сбор, анализ и оценку информационных материалов об организации, размещенных в СМИ называют...
- A. консалтингом;
  - B. менеджментом;
  - C. медиапланированием;
  - D. мониторингом.
10. Модератором называют...
- A. специалиста, занимающегося формированием имиджа;
  - B. специалиста, регулирующего процедуру и проведение встреч разного типа
  - C. специалиста, работающего с новостями;
  - D. человека, отвечающего на вопросы во время социологического исследования.
11. Основной целью пресс-пула является...
- A. установление личных дружеских отношений с авторитетными журналистами профессионалами, которые задают тон в освещении ключевых проблем;
  - B. оперативное освещение произошедших наиболее важных событий дня;
  - C. подготовка журналистского мнения по тому или иному поводу;
  - D. лоббирование отдельных вопросов, затрагивающих интересы фирмы/организации.
12. Возможность предоставить в нужный момент целевым СМИ неофициальную информацию и попытаться прозондировать возможную ответную реакцию журналистов осуществляется при организации ...
- A. официальных приемов;
  - B. неофициальных PR-мероприятий;
  - C. возможно при организации всех PR-мероприятий.
13. Спичрайтером называют...
- A. составителя речи для официального выступления;
  - B. ведущего презентации;
  - C. дизайнера по интерьеру;
  - D. менеджера, ответственного за размещение информационных материалов в СМИ.
14. Обязанность секретаря заключается..
- A. в четкой регистрации высказанных предложений с указанием их авторов, в ведении протокола;
  - B. в организации деловых переговоров;
  - C. в наблюдении процедуры проведения деловой встречи, обеспечении равных возможностей для каждого его участника;

15. При деловых встречах нейтральным лицом, не участвующим в переговорах является...
- руководитель организации;
  - секретарь;
  - фасилитатор;
  - представитель низшего звена персонала.

### Критерии оценки тестовых заданий

- отношение правильно выполненных заданий к общему их количеству

### Шкала оценивания тестовых заданий

Баллы для учета в рейтинге (оценка)	Степень удовлетворения критериям
86-100 баллов «отлично»	Выполнено 86-100% заданий
71-85 баллов «хорошо»	Выполнено 71-85% заданий
56-70 баллов «удовлетворительно»	Выполнено 56-70% заданий
0-55 баллов «неудовлетворительно»	Выполнено 0-55% заданий

### Перечень практических заданий для самостоятельной работы

Тема. Мероприятие: понятие и технология

- Составьте вопросник на тему «Изучение этапов мероприятия».

Тема. Правила написания сценариев мероприятий

- Написать сценарии к следующим мероприятиям (на выбор): «1 сентября – День знаний в ВУЗе», «Посвящение в студенты», «День студента – 25 января».

Тема. Правила оформления и технического оснащения мероприятий.

- На основе лекционного материала составить культурную программу какого-либо мероприятия (на выбор).

Тема. Организация и проведение презентаций

- Подготовьте речь для презентации учебного пособия «Организация массовых мероприятий»

Тема. Организация и проведение конференций.

- Составьте анкету к приведенному примеру подготовки конференции в области речевой коммуникации.

*Материалы организации Международной научной конференции «Речевая коммуникация на современном этапе: социальные, научно-теоретические и дидактические проблемы».*

*Проект реализован в Москве 5—7 апреля 2006 г. на базе Московского государственного университета сервиса (МГУС) (основной организатор и исполнитель — кафедра русского языка и литературы МГУС) совместно с Государственным институтом русского языка (ГИРЯ) им. А.С. Пушкина.*

*Этапы подготовки и проведения конференции.*

- На время работы конференции приказом был создан организационный комитет по ее проведению, членами которого стали сотрудники МГУС и ГИРЯ им. А.С. Пушкина.

- Была определена целевая аудитория, заинтересованная в участии в конференции:

- вузы, имеющие наиболее сильную языковую школу;
- вузы, выпускающие специалистов, чья деятельность непосредственно связана с речевой коммуникацией;
- научные организации и фонды, поддерживающие развитие речевой деятельности;
- СМИ, проявляющие интерес к теме;
- фирмы, корпорации, нуждающиеся в усилении информационных данных относительно обсуждаемой темы, и др.

- Местом проведения конференции выбраны арендуемые МГУС помещения на территории гостиничного комплекса «Измайлово». Проблемы выбора гостиницы и организации питания для иногородних участников были сразу решены. Однако для участников из ближнего зарубежья стоимость проживания в гостинице оказалась высокой и не укладывалась в командировочные расходы на проживание, поэтому их решено было поселить в общежитие ГИРЯ им. А.С. Пушкина.

- На следующем этапе осуществлялись разработка программы, подготовка информационно-рекламных материалов, писем-приглашений на предстоящую конференцию, их распространение, подготовка пресс-релизов.

*Информацию о конференции разместили в Интернете на сайтах Грамота.ру, МГУС, ГИРЯ им. А.С. Пушкина.*

- Потенциальным участникам было разослано письмо-приглашение.

- Отбор и подготовка дополнительного персонала для сопровождения и обслуживания участников конференции. Для этого были привлечены студенты старших курсов — будущие референты. В качестве дополнительного персонала присутствовали также переводчики,



которые являлись связующим звеном между иностранными гостями, организаторами, докладчиками и т.п.

7. Разработка сметы доходов и расходов на проведение конференции.

8. Утвержден также норматив расходования средств от поступления учредительного взноса.

9. Всем участникам конференции, чьи доклады включили в программу, были разосланы приглашения.

10. Были подготовлены бейджи для участников конференции, материалы для оформления помещений, указатели, а также сформирован канцелярский пакет для вручения участникам конференции.

11. В рамках технического обеспечения проведения конференции были задействованы техника для компьютерной презентации докладов, экраны, диктофоны, кинокамеры (так как организаторы рассчитывали сделать небольшой фильм-презентацию о конференции), фотоаппараты.

12. Подготовка макета и последующее издание достаточным тиражом программы конференции.

13. Разработан регламент проведения конференции.

14. Подготовка мероприятий, дополняющих работу конференции: в фойе были организованы презентация и выставка-продажа учебных пособий и книг, авторами которых являются ученые МГУС и ГИРЯ им. А.С. Пушкина.

15. По окончании конференции проведена работа по подготовке, изданию и рассылке сборника докладов конференции.

Тема. Массовое мероприятие. Фестиваль

1. Составьте план празднования Дня PR-специалиста.

Тема. Корпоративные мероприятия

1. На примере придуманной вами компании составьте план корпоративных мероприятий на год.

Тема. Организация пресс-конференций, брифингов

1. Составить текст пресс-релиза на пресс-конференцию.

Тема. Организация пресс-тура, пресс-завтрака, пресс-пула

1. Уловки пиарменов по привлечению внимания представителей СМИ.

*Вы только устроились строительную компанию на должность специалиста по связям с общественностью. Как известно, специалист по связям с общественностью в первую очередь обеспечивает взаимовыгодные отношения между бизнесом и прессой. Однако в век перенасыщенности информацией не так уж просто привлечь внимание журналиста: половина полученных пресс-релизов даже не просматривается в виду их низкой «ценности для материала». Руководство компании, в которой вы работаете, поставило вам задачу провести PR-мероприятия по «раскрутке» нового строительного магазина в одном из удаленных районов города.*

**Вопрос:** Что вы предпримите для того, чтобы представители СМИ проявили интерес к вашей организации и мероприятию?

**Задание:** Прочитайте спецлитературу (журналы, учебные пособия) по теории и практике связей с общественностью и выпишите уловки, которые используют в своей практике пиармены по привлечению внимания представителей СМИ.

Тема. Организация Дня открытых дверей

1. Напишите сценарий проведения мероприятия «День открытых дверей в Бурятской ГСХА»

Тема. Организация официальных и неофициальных приемов

1. Заполните таблицу

Вид приема	Время проведения	Длительность	Что подается	Форма одежды
Пресс-завтрак				
Ланч				
«Бокал шампанского»				
Коктейль				
Шведский стол				
Банкет				
Пикник				

Тема. Интервью – особый вид деловой встречи

1. Провести и записать интервью (тема интервью согласуется с преподавателем) на техническое средство (диктофон, телефон, ноутбук).

### Критерии и шкала оценивания практических заданий

- способность анализировать и обобщать информацию;
- способность синтезировать новую информацию;
- способность делать обоснованные выводы на основе интерпретации информации, разъяснения;
- установление причинно-следственных связей, выявление закономерности;

Балл за владения	Критерии оценивания уровня приобретенных владений
5 (100-86)	Студент правильно выполнил задание. Показал отличные владения навыками применения полученных знаний и умений при решении профессиональных задач в рамках усвоенного учебного материала. Ответил на все дополнительные вопросы на защите.
4 (85-71)	Студент выполнил задание с небольшими неточностями. Показал хорошие владения навыками применения полученных знаний и умений при решении профессиональных задач в рамках усвоенного учебного материала. Ответил на большинство дополнительных вопросов на защите.
3 (70-56)	Студент выполнил задание с существенными неточностями. Показал удовлетворительное владение навыками применения полученных знаний и умений при решении профессиональных задач в рамках усвоенного учебного материала. При ответах на дополнительные вопросы на защите было допущено много неточностей.
2 (55 и менее)	При выполнении задания студент продемонстрировал недостаточный уровень владения умениями и навыками при решении профессиональных задач в рамках усвоенного учебного материала. При ответах на дополнительные вопросы на защите было допущено множество неточностей.

### Перечень тем для подготовки конспектов

Тема. Нерегулярные мероприятия. Выставка.

1. Составить опорный конспект «Этапы развития выставочного дела».

### Критерии оценки составления конспектов

- наличие плана конспекта
- логичность, последовательность изложения материала
- качественное внешнее оформление
- объем - 4 тетрадные страницы.

### Шкала оценивания составления конспектов

Баллы для учета в рейтинге (оценка)	Степень удовлетворения критериям
100-86 баллов «отлично»	конспект составлен по плану, соблюдается логичность, последовательность изложения материала, качественное внешнее оформление, объем - 4 тетрадные страницы
85-71 балл «хорошо»	конспект выполнен по плану, но некоторые вопросы раскрыты не полностью, есть небольшие недочеты в работе, объем – 4 тетрадные страницы
70-56 баллов «удовлетворительно»	при выполнении конспекта наблюдается отклонение от плана, нарушена логичность, отсутствует внутренняя логика изложения, удовлетворительное внешнее оформление, объем менее 4 страниц
55 и менее баллов «неудовлетворительно»	тема не раскрыта, неудовлетворительное внешнее оформление, объем менее 2 страниц