Приложение 4

к рабочей программе дисциплины

ОСНОВЫ PR-ТЕХНОЛОГИЙ

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

по дисциплине

**ОСНОВЫ PR-ТЕХНОЛОГИЙ**

Направление подготовки: **38.05.01 Экономическая безопасность**

Профиль подготовки: Экономико-правовое обеспечение экономической безопасности

Уровень высшего образования: Специалитет

Форма обучения: Очная

Санкт-Петербург

2022 г.

УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели

| **Номер задания** | **Содержание вопроса** |
| --- | --- |
|  | Прочитайте текст и установите соответствие  Определите соответствие между требованиями к управленческим решениям в PR-отделе и условиями выполнения требований:   |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | | 1. | Соответствие действующему законодательству и положениям уставных документов компании | А. | Разработка должностных инструкций и положений об отделах и службах | | 2. | Наличие у руководителей соответствующих полномочий | Б. | Самоконтроль или контроль со стороны юриста | | 3. | Наличие в тексте управленческого решения четкой целевой направленности | В. | Доведение до каждого работника информации о целях, сроках, используемых ресурсах | | 4. | Наличие стратегии развития | Г. | Регулярный интерес к организации невозможен без новых событий | |  |  | Д. | Решение должно быть согласовано с другими решениями, как принятыми ранее, так и выработанными в других подразделениях организации | |
|  | Прочитайте текст и установите соответствие  Установите соответствие между должностями и обязанностями сотрудников PR-отдела   |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | | 1. | Начальник PR-отдела отдела | А. | конструирует положительный имидж организации или личности, с ней связанной, и формирует доброжелательное отношение к ним | | 2. | Имиджмейкер | Б. | обеспечивают постоянное присутствие организации в прессе, радио- и телеэфирах | | 3. | Менеджер по СМИ | В. | координирует деятельность подразделения, работает с ключевыми клиентами, проверяет пресс-релизы, разрабатывает стратегию PR-продвижения, он контролирует работу всех сотрудников PR-отдела и проводит анализ их деятельности | | 4. | Медиапланер | Г. | разрабатывает эффективные и оптимальные медиапланы в целях рекламы продукции или услуг компании | |  |  | Д. | специалист, ответственный за покупку рекламных мест и времени в различных медиа (телевидение, радио, интернет, печатные издания и др.) с целью эффективного размещения рекламных кампаний клиентов | |
|  | Определите последовательность этапов организации PR-кампании   1. формирование содержания; 2. постановка целей и задач; 3. проведение PR-кампании; 4. определение целевой аудитории; 5. составление плана PR-кампании. |
|  | Прочитайте текст и установите последовательность  Установите верную последовательность стадий создания PR-отдела в компании:  1. Создание команды и комплекса мероприятий;  2. Анализ имеющихся внутренних коммуникаций и действующей корпоративной культуры;  3. Разработка и внедрение единого информационного пространства;  4. Формирование структуры PR-отдела. |
|  | Определите последовательность этапов коммуникационного процесса:  1 . Рождение идеи сообщения;  2. Передача сообщения;  3. Кодирование сообщения;  4. Обеспечение обратной связи |
|  | Какой из следующих элементов является ключевым в PR-стратегии?   1. Реклама 2. Исследование целевой аудитории 3. Прямые продажи 4. Участие в выставках |
|  | Какой из следующих инструментов PR используется для создания и распространения новостей о компании?   1. Блог 2. Пресс-релиз 3. Социальные сети 4. Вебинар |
|  | Какой из следующих аспектов не является частью управления репутацией в PR?   1. Мониторинг упоминаний в СМИ 2. Проведение рекламных кампаний 3. Работа с отзывами клиентов 4. Создание контента для социальных сетей |
|  | Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа.  Какие из следующих методов являются эффективными для исследования целевой аудитории в PR?   1. Опросы 2. Анализ конкурентов 3. Фокус-группы 4. Рекламные кампании |
|  | Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа.  Какие из следующих инструментов PR могут быть использованы для управления кризисными ситуациями?   1. Пресс-релиз 2. Социальные сети 3. Рекламные объявления 4. Брифинг для СМИ |
|  | Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа.  Какие из следующих аспектов являются важными для успешного построения отношений с медиа?   1. Регулярное предоставление новостей 2. Игнорирование негативных отзывов 3. Установление личных контактов с журналистами 4. Использование только платных пресс-релизов |
|  | Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ  Охарактеризуйте содержание кризисных коммуникаций. |
|  | Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ  Раскройте представление о корпоративных СМИ. |