Приложение 4

к рабочей программе дисциплины

ПРОПАГАНДА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В СФЕРЕ

ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

по дисциплине

**ПРОПАГАНДА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В СФЕРЕ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА**

Направление подготовки: 49.03.01 Физическая культура

Профиль подготовки: Менеджмент в физической культуре и спорте

Уровень высшего образования: Бакалавриат

Форма обучения: Очная

Санкт-Петербург

2024 г.

УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)

| **Номер задания** | **Содержание вопроса** | **Тип вопроса** | **Уровень сложности** | **Время ответа, мин.** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Прочитайте текст и установите соответствие  К каждому примеру деятельности подберите соответствующее понятие.  К каждой позиции в левом столбце, подберите позицию из правого столбца.   |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | | 1. | Создание афиш и слоганов, направленных на формирование привычки заниматься спортом | А. | Пропаганда | | 2. | Организация взаимодействия спортивного учреждения с представителями СМИ | Б. | Связи с общественностью | | 3. | Формирование положительного образа спортсмена в информационном пространстве | В. | Имидж | | 4. | Проведение разъяснительной кампании о важности физической активности в соцсетях |  |  | | На соответствие | Базовый | 2 |
|  | Прочитайте текст и установите соответствие  Соотнесите каждый термин с его характеристикой.  К каждой позиции в левом столбце, подберите позицию из правого столбца.   |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | | 1. | Канал распространения информации, обеспечивающий массовый охват целевой аудитории | А. | Коммуникационный канал | | 2. | Планомерное взаимодействие с общественностью с целью формирования положительного имиджа | Б. | PR-деятельность | | 3. | Отражение профессионального и личного поведения спортсмена в публичном пространстве | В. | Поведенческий имидж | |  |  | Г. | Пресс-релиз | | На соответствие | Повышенный | 4 |
|  | Прочитайте текст и установите последовательность  Прочитайте текст и установите правильную последовательность действий специалиста по связям с общественностью при организации PR-кампании по продвижению секции единоборств среди студентов.  Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо без пробелов и точек.  1. Анализ результатов по итогам кампании: количество заявок, охват аудитории  2. Сбор информации о целевой аудитории — студентах и их интересах  3. Выбор PR-инструментов: афиши, публикации, социальные сети  4. Формулировка целей кампании и задач по привлечению внимания к секции | На послед-ть | Базовый | 2 |
|  | Прочитайте текст и установите последовательность  Прочитайте текст и установите правильную последовательность этапов формирования имиджа спортивной организации.  Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо без пробелов и точек.  1. Анализ целевой аудитории и общественного восприятия организации  2. Формирование визуальной, поведенческой и информационной составляющих имиджа  3. Выявление ключевых ценностей и стратегических коммуникационных приоритетов  4. Оценка эффективности восприятия имиджа через каналы обратной связи | На послед-ть | Повышенный | 4 |
|  | Прочитайте текст и установите последовательность  Прочитайте ситуацию и установите последовательность каналов распространения рекламного продукта в порядке убывания потенциального охвата целевой аудитории.  Спортивный клуб запускает информационную кампанию по привлечению студентов и молодёжи 16–25 лет на бесплатные занятия. Необходимо оценить эффективность каналов распространения с точки зрения охвата именно этой возрастной аудитории.  Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо без пробелов и точек.  1. Продвижение поста через таргетированную рекламу в социальных сетях  2. Публикация анонса на официальном сайте спортивного клуба  3. Распространение листовок в учебных заведениях и студенческих общежитиях  4. Реклама на экранах в общественном транспорте | На послед-ть | Высокий | 6 |
|  | Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа  В рамках проекта «Школа ЗОЖ» в спортивном колледже была организована кампания по формированию у студентов привычки к ежедневной утренней гимнастике. Основной упор делался на размещение наглядных материалов, выступления тренеров с мотивационными речами и трансляцию видеороликов с примерами успешных спортсменов. Все материалы были направлены на убеждение и не предусматривали обратной связи со стороны студентов. Какой из терминов наилучшим образом характеризует реализуемую коммуникационную стратегию?  Запишите номер выбранного ответа без точки и обоснование выбора  1. Связи с общественностью  2. Имиджевая реклама  3. Пропаганда  4. Интерактивный PR | Комбинир. с 1-м ответом | Базовый | 3 |
|  | Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа  Спортивный клуб запустил комплекс мероприятий, направленных на повышение узнаваемости и доверия со стороны болельщиков и партнёров. В рамках кампании были обновлены фирменный стиль и сайт, унифицирована экипировка сотрудников, активизирована работа в социальных сетях, а также запущена серия тематических видеороликов о ценностях клуба. Какой компонент имиджа был ключевым в рамках этих действий?  Запишите номер выбранного ответа без точки и обоснование выбора  1. Поведенческий  2. Визуальный  3. Ценностный  4. Коммуникационный | Комбинир. с 1-м ответом | Базовый | 3 |
|  | Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа  Во время работы над проектом по популяризации малоизвестного вида спорта специалист по связям с общественностью сосредоточился на сборе отзывов, анализе мнений участников и корректировке информационных материалов в соответствии с ожиданиями целевой аудитории. Какую функцию PR-деятельности в спорте реализует специалист в данном случае?  Запишите номер выбранного ответа без точки и обоснование выбора  1. Формирование визуального образа  2. Осуществление обратной связи  3. Повышение лояльности партнёров  4. Создание уникального торгового предложения | Комбинир. с 1-м ответом | Базовый | 3 |
|  | Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа.  Спортивная школа готовит к открытию новый сезон. Руководство поручило PR-специалисту провести работу по укреплению имиджа учреждения. В числе первых шагов — организация фото- и видеосъёмки занятий, обновление внешнего оформления здания и разработка фирменной символики. Какие элементы имиджа спортивной организации задействуются в данной ситуации?  Запишите номера выбранных ответов без пробелов и точек и обоснование выбора  1. Поведенческий  2. Визуальный  3. Ценностный  4. Информационный | Комбинир. с 2-мя и более ответами | Базовый | 3 |
|  | Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа.  Специалист по связям с общественностью готовит информационную кампанию для привлечения внимания к юношескому турниру по мини-футболу. Он ищет наиболее доступные и результативные инструменты, которые позволят быстро распространить информацию о событии среди широкой аудитории.  Запишите номера выбранных ответов без пробелов и точек и обоснование выбора  1. Посты и сторис в социальных сетях  2. Пресс-конференция для региональных СМИ  3. Публикация в научно-методическом журнале  4. Афиши и листовки в спортивных школах и на стадионах | Комбинир. с 2-мя и более ответами | Базовый | 3 |
|  | Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа.  Спортивный клуб готовит PR-кампанию для укрепления имиджа и привлечения новых партнёров. Основная цель — повысить лояльность общественности, сделать бренд клуба узнаваемым и выстроить долгосрочные отношения с внешними аудиториями. Какие задачи PR-деятельности являются приоритетными в этой ситуации?  Запишите номера выбранных ответов без пробелов и точек и обоснование выбора  1. Повышение конкурентоспособности спортивной организации  2. Формирование и поддержание двусторонней коммуникации с общественностью  3. Продвижение спортивного инвентаря и атрибутики  4. Повышение информированности целевой аудитории о деятельности клуба  5. Сокрытие рисков и снижение публичной активности | Комбинир. с 2-мя и более ответами | Повышенный | 4 |
|  | Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ  Какие меры может предпринять спортивная организация, чтобы сформировать привлекательный имидж в цифровом пространстве? | Открытый | Повышенный | 4 |
|  | Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ  Какие особенности необходимо учитывать при выборе каналов распространения PR-продукта в спортивной сфере и как ошибки на этом этапе могут повлиять на результат всей кампании? | Открытый | Высокий | 8 |