

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)

Факультет психологии

УТВЕРЖДЕНО:  
Декан  
В.В. Мацура

Оценочные материалы по дисциплине

Организация работы отделов по связям с общественностью и рекламы  
по направлению подготовки / специальности

**42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

Направленность (профиль) подготовки/ специализация:  
**Реклама и связи с общественностью: цифровые и сетевые коммуникации**

Форма обучения  
**Очная**

Квалификация  
**Специалист по рекламе и связям с общественностью**

Год приема  
**2025**

СОГЛАСОВАНО:  
Руководитель ОП  
И.В.Гужова

Председатель УМК  
М.А.Подойницина

Томск – 2025

## **1. Компетенции и индикаторы их достижения, проверяемые данными оценочными материалами**

Целью освоения дисциплины является формирование следующих компетенций:

УК-4 Способен осуществлять самоорганизацию, саморазвитие и социальное взаимодействие, достигать поставленных целей в командной работе

ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

ОПК-6 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности

Результатами освоения дисциплины являются следующие индикаторы достижения компетенций:

РООПК-5.2 Умеет выбирать эффективные медиаканалы и средства для выстраивания рекламных и (или) PR-коммуникаций с учетом особенностей медиакоммуникационных систем региона, страны, мира, а также политических и экономических механизмов их функционирования

РООПК-6.2 Умеет выбирать наиболее эффективные приемы и методы современных информационных технологий и использовать их в профессиональной деятельности

РОУК-4.1 Знает ключевые правила социального, группового и командного взаимодействия, способы постановки индивидуальных и групповых задач

РОУК-4.2 Умеет распределять время и собственные ресурсы для выполнения поставленных задач; планировать командные цели деятельности с учетом имеющихся условий и ограничений; определять пробелы в профессиональных знаниях и находить ресурсы для их устранения

## **2. Оценочные материалы текущего контроля и критерии оценивания**

Элементы текущего контроля:

- тесты;
- творческая работа.

Дополнительная информация находится у преподавателя-предметника.

## **3. Оценочные материалы итогового контроля (промежуточной аттестации) и критерии оценивания**

Примерный список вопросов к зачету:

Тема 1: Основы организации работы отделов по связям с общественностью и рекламе

1. Какие основные факторы влияют на построение отделов по связям с общественностью (СО) и рекламы внутри организаций?

2. Опишите функциональные принципы построения отделов СО и рекламы.

3. Какова тактика взаимодействия отделов СО и рекламы с ключевыми корпоративными структурами (например, маркетингом, продажами, HR)?

4. Какова роль отделов СО и рекламы в реализации маркетинговой политики предприятия?

5. В чем заключается сравнительная характеристика специфики отделов СО и рекламы в коммерческих структурах, государственных учреждениях и общественных организациях?

6. Что такое положение об отделе и должностные инструкции? Каково их значение для организаций работы отделов СО и рекламы?

7. Опишите типовые организационные структуры отделов PR и рекламы в разных организациях.

8. Каковы функции и ответственность сотрудников отделов PR и рекламы? Приведите примеры.

9. Какова роль руководителя отдела PR и рекламы?
10. Как происходит взаимодействие отделов PR и рекламы с другими подразделениями организации (например, маркетингом, продажами, HR и др.)?
11. Какие существуют модели построения эффективной организационной структуры отделов PR и рекламы?

#### Тема 2: Планирование работы отделов PR и рекламы

1. Что такое стратегическое планирование деятельности отделов PR и рекламы?
2. Как происходит разработка годовых и квартальных планов для отделов PR и рекламы?
3. Как определить цели и задачи отделов PR и рекламы, используя критерии SMART?
4. Какие основные этапы включает планирование бюджета отделов PR и рекламы?
5. Что такое KPI (ключевые показатели эффективности) и как они разрабатываются для отделов PR и рекламы?

#### Тема 3: Организация работы отделов PR

1. Каковы цели и задачи внутренних коммуникаций в организации?
2. Как происходит построение корпоративной культуры с помощью инструментов PR?
3. Какие методы и инструменты используются для управления слухами и конфликтами в организации?
4. Как измерить эффективность внутренних коммуникаций?
5. Опишите основные направления работы со СМИ в рамках внешних коммуникаций.
6. Какие существуют виды связей с общественностью, включая публичные выступления, мероприятия и спонсорство?
7. Как организуются коммуникации с инвесторами и партнерами?
8. Как происходит работа с государственными органами?
9. Как PR-отдел способствует формированию положительного имиджа и репутации организаций?

#### Тема 4: Организация работы отделов рекламы

1. Опишите этапы разработки рекламной стратегии, начиная с анализа целевой аудитории и заканчивая оценкой эффективности.
2. Как происходит формирование рекламного сообщения?
3. Как осуществляется выбор каналов распространения рекламы?
4. Как планируется рекламный бюджет?
5. Как оценивается эффективность рекламной стратегии?
6. Опишите процесс планирования и разработки рекламных кампаний.
7. Как происходит управление рекламными агентствами?
8. Какие методы используются для контроля качества рекламных материалов?
9. Как проводится мониторинг и анализ результатов рекламных кампаний?
10. Как оценить ROI (возврат инвестиций) рекламной кампании?
11. Как организуется работа с рекламными агентствами и другими подрядчиками?

Эти вопросы позволяют оценить знания студентов по всем ключевым аспектам организации работы отделов по связям с общественностью и рекламе. Рекомендуется при подготовке к зачету не только заучивать определения, но и понимать логику процессов, уметь применять полученные знания на практике и приводить примеры из реальной жизни.

Соответствие компетентностной структуре:

№	Номер раздела итогового задания / номер вопроса к экзамену	Код и наименование результатов обучения
---	--	---

1	Вопросы темы 3 и 4	РОУК-4.1
2	Вопросы темы 3 и 4	РОУК-4.2
3	Вопросы темы 1 и 4	РООПК-5.2
4	Вопросы темы 2, 3 и 4	РООПК-6.2

**Критерии выставления оценки на основе сдачи зачета по вопросам:**

Оценка «зачтено» выставляется обучающемуся, усвоившему программный материал, исчерпывающе, грамотно и логически стройно его излагающему. При этом обучающийся не затрудняется с ответом на дополнительный вопрос, проявляет знакомство с литературой, правильно обосновывает принятые решения, делает собственные выводы; твердо знающему программный материал, грамотно и по существу излагающего его, без существенных неточностей в ответе на вопрос, но не в полной мере способного аргументировать собственные выводы; знания только основного материала, но не усвоил его детали, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения последовательности в изложении материала и испытывает трудности в выполнении практических заданий.

Оценка «не зачтено» выставляется обучающемуся, который не усвоил значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, не умеет аргументировать собственный ответ.

**4. Оценочные материалы для проверки остаточных знаний (сформированности компетенций)**

Тест. Выберите один правильный ответ.

1. Какой из перечисленных элементов является основой структуры отдела по связям с общественностью?
  - Гибкий график работы сотрудников
  - Четкое распределение обязанностей
  - Большое количество сотрудников
  - Использование дорогих элементов продвижения
2. Что из перечисленного относится к ключевым функциям отдела по связям с общественностью?
  - Разработка стратегии коммуникации
  - Закупка материалов для рекламы
  - Ведение бухгалтерии
  - Проведение тренингов для сотрудников
3. Какой метод чаще всего используется для оценки эффективности работы PR-отделов?
  - Количество пресс-релизов
  - Число сотрудников отдела
  - Число проведенных мероприятий
  - Анализ обратной связи от целевой аудитории
4. Что из перечисленного лучше всего характеризует успешную работу PR-отдела?
  - Наличие большой команды
  - Высокий уровень медийного охвата
  - Применение дорогостоящих технологий
  - Сокращение расходов на рекламу

5. Что включает в себя медиапланирование в рамках PR-отдела?

- а) Составление расписания мероприятий
- б) Проведение аналитических исследований
- в) Выбор каналов распределения информации
- г) Набор сотрудников

6. Какой из перечисленных каналов чаще всего используется для внешней коммуникации PR-отдела?

- а) Социальные сети
- б) Внутренние корпоративные каналы
- в) Финансовые отчеты
- г) Электронная почта

7. Какой из этапов является завершающим в деятельности PR-отдела?

- а) Разработка контента
- б) Оценка результатов проведенных мероприятий
- в) Распространение информации
- г) Постановка целей на следующий год

8. Что используется для контроля выполнения задач в PR-отделе?

- а) Ежедневные отчеты
- б) Опросы сотрудников
- в) Фокус-группы
- г) Таймлайн

9. Какой из документов помогает стандартизировать процессы в PR-отделе?

- а) Пресс-кит
- б) Руководство по бренду
- в) Политика конфиденциальности
- г) Финансовый отчет

10. Что из перечисленного помогает укрепить доверие сотрудников к руководству PR-отдела?

- а) Организация корпоративных мероприятий
- б) Открытая и регулярная коммуникация
- в) Организация рабочего пространства
- г) Повышение заработной платы

Ключ. Правильные ответы:

- 1. б
- 2. а
- 3. г
- 4. б
- 5. в
- 6. а
- 7. б
- 8. г
- 9. б
- 10. б

Соответствие компетентностной структуре:

**УК-4:****РОУК-4.1**

Вопросы: 1, 2

**РОУК-4.2**

Вопросы: 7, 8, 10

**ОПК-5:****РООПК-5.2**

Вопросы: 3, 4, 9

**ОПК-6:****РООПК-6.2**

Вопросы: 5, 6

**Критерии оценивания результатов теста**

Вид промежуточной аттестации	Допороговый уровень	Пороговый уровень	Базовый уровень	Продвинутый уровень
Тест	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично
Количество верных ответов	1-2	3-5	6-8	9-10

**Информация о разработчиках**

Мерзликина Наталья Николаевна, заместитель руководителя пресс-центра информационного агентства РИА «Томск».

Рецензент: Кужелева-Саган И.П., доктор философских наук, профессор, зав. кафедрой социальных коммуникаций НИ ТГУ