**Фонды оценочных средств для проверки каждой компетенции, формируемой дисциплиной**

*Учебная дисциплина****: Дистрибьюция рекламного PR-контента***

Компетенции:

ПКП-1 Способность анализировать и прогнозировать развитие коммуникационных индустрий на основе результатов отраслевых исследований и методов стратегического анализа

ПКП-2 Способность адаптировать глобальные медиаинновации в региональных медиакультурах с учетом правовых и этических норм регулирования.

| **Номер задания** | **Содержание задания** | **Правильный ответ** | **Компетенция** |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **PR-это использование информации для влияния на:** | *общественное мнение* | ПКП-1 |
|  | **С какого времени управление общественными отношениями (PR) считается элементом цивилизованных отношений власти и общества?** | *с начала XX века* | ПКП-1 |
|  | **Что используется в PR для влияния на общественное мнение?** | *информация* | ПКП-1 |
|  | **Кем впервые официально был использован термин "Паблик Рилейшнз"?** | *Томасом Джефферсоном* | ПКП-1 |
|  | **Что является главной целью PR?** | *изменение общественного мнения* | ПКП-1 |
|  | **Что является объектом PR?** | *средства массовой информации* | ПКП-1 |
|  | **Какая модель информационной политики не существует:** | *релятивисткая* | ПКП-1 |
|  | **Основными средствами передачи информации в PR коммуникациях являются:** | *средства массовой информации* | ПКП-1 |
|  | **Какие аспекты PR деятельности отражает "Кодекс профессиональной этики Российских журналистов"?** | *этические* | ПКП-1 |
|  | **Что не может регулироваться нормами права в PR сфере?** | *Результаты PR акций* | ПКП-1 |
|  | **В каком виде существуют профессиональные стандарты поведения специалистов PR?** | *Существуют в виде кодексов профессионального поведения* | ПКП-2 |
|  | **При проведении PR кампании какой вопрос решается службами PR в первую очередь?** | *Анализ эффективности результатов PR кампании* | ПКП-2 |
|  | **PR-кампания-это:** | *комплекс мероприятий, направленный на решение PR проблемы* | ПКП-2 |
|  | **При проведении PR кампании персонал компании и члены их семей являются:** | *внутренней целевой аудиторией* | ПКП-2 |
|  | **"План-график проведения PR мероприятий и PR бюджет" являются составной частью:** | *плана PR кампании* | ПКП-2 |
|  | **Бюджет PR кампании - это:** | *сумма, которую закладывает организация на осуществление PR деятельности* | ПКП-2 |
|  | **Отличаются ли реклама и связи с общественностью по используемым средствам массовой информации?** | *нет, не отличаются* | ПКП-2 |
|  | **Какую роль играет социальная реклама?** | *реклама направлена на благотворительные цели* | ПКП-2 |
|  | **Какую экономическую роль играет реклама?** | *реклама стимулирует покупателей покупать товары* | ПКП-2 |
|  | **Работники бизнес организации являются целевой аудиторией для:** | *бизнес PR* | ПКП-1,  ПКП-2 |