



Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
**«Саратовский государственный медицинский
университет имени В. И. Разумовского»**
Министерства здравоохранения Российской Федерации

УТВЕРЖДАЮ

Директор Высшей школы управления
здоровьем, клинической психологии и
сестринского образования

О.Ю. Алешкина

« 26 » апреля 20 24 г

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

Дисциплина: Связи с общественностью в медицинских организациях

Направление подготовки: 34.04.01 Управление сестринской деятельностью

Квалификация: Магистр

1.1. КАРТА КОМПЕТЕНЦИЙ

№ п/п	Код компетенции	Наименование компетенции	Наименование индикаторов сформированности компетенции	Семестр	Номер задания
1.1	УК-5	способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	ИДУК-5.1. излагает информацию и владеет навыками аргументированной дискуссии на профессиональные темы ИДУК-5.2. применяет методы и коммуникационные технологии в рамках своей профессиональной деятельности ИДУК-5.3. рационально применяет навыки взаимодействия с другими людьми для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия	3	1-20

1.2. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ТЕСТОВЫХ ЗАДАНИЙ ПО ТИПАМ И УРОВНЯМ СЛОЖНОСТИ

№ п/п	Код компетенции	Индикатор сформированности компетенции	Номер задания	Тип задания	Уровень сложности задания	Время выполнения (мин.)
1.	УК-5	ИД 5.1, ИД 5.2, ИД 5.3	1	Закрытый (задание с выбором одного ответа и обоснованием выбора)	Базовый	2 мин.
2.	УК-5	ИД 5.1, ИД 5.2, ИД 5.3	2	Закрытый (задание с выбором одного ответа и обоснованием выбора)	Базовый	2 мин.
3.	УК-5	ИД 5.1, ИД 5.2, ИД 5.3	3	Закрытый (задание с выбором одного ответа и обоснованием выбора)	Базовый	2 мин.

4.	УК-5	ИД 5.1, ИД 5.2, ИД 5.3	4	Закрытый (задание с выбором одного ответа и обоснованием выбора)	Базовый	2 мин.
5.	УК-5	ИД 5.1, ИД 5.2, ИД 5.3	5	Закрытый (задание с выбором одного ответа и обоснованием выбора)	Базовый	2 мин.
6.	УК-5	ИД 5.1, ИД 5.2, ИД 5.3	6	Закрытый (задание с выбором одного ответа и обоснованием выбора)	Базовый	2 мин.
7.	УК-5	ИД 5.1, ИД 5.2, ИД 5.3	7	Закрытый (задание с выбором одного ответа и обоснованием выбора)	Базовый	2 мин.
8.	УК-5	ИД 5.1, ИД 5.2, ИД 5.3	8	Закрытый (задание на установление соответствия)	Повышенный	3 мин.
9.	УК-5	ИД 5.1, ИД 5.2, ИД 5.3	9	Закрытый (задание на установление соответствия)	Повышенный	3 мин.
10.	УК-5	ИД 5.1, ИД 5.2, ИД 5.3	10	Закрытый (на установление соответствия)	Повышенный	3 мин.
11.	УК-5	ИД 5.1, ИД 5.2, ИД 5.3	11	Закрытый (на установление последовательности)	Повышенный	3 мин.
12.	УК-5	ИД 5.1, ИД 5.2, ИД 5.3	12	Закрытый (на установление последовательности)	Повышенный	3 мин.
13.	УК-5	ИД 5.1, ИД 5.2, ИД 5.33	13	Закрытый (на установление последовательности)	Повышенный	3 мин.
14.	УК-5	ИД 5.1, ИД 5.2, ИД 5.3	14	Открытый (с развернутым ответом)	Повышенный	3 мин.
15.	УК-5	ИД 5.1, ИД 5.2, ИД 5.3	15	Закрытый (на установление соответствия)	Высокий	6 мин.
16.	УК-5	ИД 5.1, ИД 5.2, ИД 5.3	16	Закрытый (на установление последовательности)	Высокий	6 мин.
17.	УК-5	ИД 5.1, ИД 5.2, ИД 5.3	17	Открытый (с развернутым ответом)	Высокий	8 мин.
18.	УК-5	ИД 5.1, ИД 5.2, ИД 5.3	18	Открытый (с развернутым ответом)	Высокий	10 мин.
19.	УК-5	ИД 5.1, ИД 5.2, ИД 5.3	19	Открытый (с развернутым ответом)	Высокий	10 мин.
20.	УК-5	ИД 5.1, ИД 5.2, ИД 5.3	20	Открытый (с развернутым ответом)	Высокий	10 мин.

2.1. ПОКАЗАТЕЛИ ОЦЕНИВАНИЯ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ

Семестр	Шкала оценивания	
	«не зачтено»	«зачтено»
знать		
	Студент не знает основные теории информационного общества, функциональную специфику локальных, региональных, национальных и международных СМИ	Студент знает основные теории информационного общества, функциональную специфику локальных, региональных, национальных и международных СМИ.
уметь		
	Студент не умеет определять тип и вид любого средства массовой информации, на основании обзорного анализа делать вывод о его целевой аудитории; строить практико-ориентированную стратегию	Студент умеет определять тип и вид любого средства массовой информации, на основании обзорного анализа делать вывод о его целевой аудитории; строить практико-ориентированную стратегию
владеть		
	Студент не владеет навыками типологического анализа СМИ; знаниями о современных цифровых интерактивных технологиях, системах их использования в работе СМИ.	Студент владеет основами типологического анализа СМИ; знаниями о современных цифровых интерактивных технологиях, системах их использования в работе СМИ.

2.2. СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ ТЕСТОВЫХ ЗАДАНИЙ

Тип задания	Указания по оцениванию	Результат оценивания (баллы, полученные за выполнение задания/характеристика правильности ответа)
Задание закрытого типа на установление соответствия	Задание считается верно выполненным, если правильно установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)	1 балл – верно; 0 баллов – не верно
Задание закрытого типа на установление последовательности	Задание считается верно выполненным, если правильно указана вся последовательность цифр	1 балл – верно; 0 баллов – не верно
Задание закрытого типа с выбором одного или нескольких вариантов ответа из предложенных	Задание считается верно выполненным, если правильно указана(-ы) цифра(-ы) ответа(-ов)	1 балл – верно; 0 баллов – не верно
Задание закрытого типа с выбором одного верного ответа из предложенных с обоснованием выбора	Задание считается верно выполненным, если правильно указана цифра и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа.	2 балла – верно (ответ и обоснование); 1 балл – верно (только ответ) 0 баллов – не верно
Задание закрытого типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных с обоснованием выбора	Задание считается верно выполненным, если правильно указаны цифры и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа.	1 балл – верно; 0 баллов – не верно
Задание открытого типа с развернутым ответом	Задание считается верно выполненным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте.	3 балла – верно (ответ и обоснование); 2 балла – верно (ответ и частичное обоснование) 1 балл – верное (только ответ) 0 баллов – не верно

3.1. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ (ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ)

Задание 1.

Прочитайте текст, выберите один правильный вариант ответа и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа.

Стратегическим процессом коммуникации, которая строит взаимовыгодные отношения между организациями и их аудиторией являются

- 1) связи с органами власти
- 2) разведывательная деятельность
- 3) связи с общественностью
- 4) политические связи

Ответ:

Обоснование:

Задание 2.

Прочитайте текст, выберите один правильный вариант ответа и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа.

Организация как объект PR-деятельности характеризуется тем, что предстает перед нами как базисный субъект PR, который

- 1) заинтересован в позиционировании на новом сегменте рынка
- 2) мотивирован в продвижении нового продукта
- 3) пользуется услугами PR-агентства
- 4) заинтересован в информационно-коммуникативном обеспечении своей деятельности

Ответ:

Обоснование:

Задание 3.

Прочитайте текст, выберите один правильный вариант ответа и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа.

Направлением связей с общественностью является/являются

- 1) экономические отношения
- 2) арендные отношения
- 3) транспортные и логистические связи организации
- 4) формирование имиджа организации

Ответ:

Обоснование:

Задание 4.

Прочитайте текст, выберите один правильный вариант ответа и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа.

В медицинских организациях функция связей с общественностью – это такая функция, как

- 1) социальная
- 2) информационно-коммуникативная
- 3) политическая

4) торгово-финансовая

Ответ:

Обоснование:

Задание 5.

Прочитайте текст, выберите один правильный вариант ответа и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа.

Общественные отношения – это

- 1) отношения между людьми
- 2) взаимосвязи между социальными общностями, возникающие в процессе совместной деятельности и различных взаимодействий
- 3) отношения между общественными организациями
- 4) процесс передачи информации между источником и получателем

Ответ:

Обоснование:

Задание 6.

Прочитайте текст, выберите один правильный вариант ответа и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа.

Соотношение пиара и маркетинга:

- 1) это одно и то же
- 2) маркетинг — часть пиара

3) пиар — часть маркетинга

4) это разные виды деятельности, ориентированные на работу с общественностью организации

Ответ:

Обоснование:

Задание 7.

Прочитайте текст, выберите один правильный вариант ответа и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа.

Коммуникация – это

1) процесс обмена сообщениями, информацией между различными личностями, социальными группами, общностями, организациями

2) транспортные пути

3) связь между людьми, организациями, государствами

4) взаимодействие

Ответ:

Обоснование:

Задание 8.

Прочитайте текст и установите соответствие.

К средствам коммуникации следует отнести: пропаганду, пиар и рекламу. Управленец в медицинской организации знает их специфику и способен учитывать социально-исторический и этический контексты реализации стратегий.

К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца:

Коммуникативная технология			Базисный инструментарий
А	Реклама	1	Стратегия желания
Б	Паблик рилейшнз	2	Стратегия санкций
В	Пропаганда	3	Стратегия доверия
		4	Стратегия добровольчества
		5	Стратегия убеждения

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В

Задание 9.

Прочитайте текст и установите соответствие.

Управление сестринской деятельностью зачастую осуществляется в сложных этических, социальных контекстах. Межкультурное разнообразие в нашей стране требует от менеджера умения четко, аккуратно, уважительно и лаконично формулировать тексты, адресованные широкой аудитории потребителей медицинских услуг. Укажите соответствие названия документа и его характеристики.

К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца:

Виды документов		Характеристика документа	
А	Пресс-релиз	1	в первую очередь материал, который медицинская организация может предложить к публикации в СМИ на бесплатной основе
Б	Пресс-кит	2	официальное сообщение или объявление об инфоповоде
В	Пиар-статья	3	распространяемая информация, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания, формирование или поддержание интереса к продукту/услуге и его продвижение на рынке
Г	Реклама	4	комплект текстовых, аудио- и визуальных документов, которые дают исчерпывающую информацию о продукте, событии, организации
		5	наглядная демонстрация услуги или организации целевой аудитории

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г

Задание 10.

Прочитайте текст и установите соответствие.

В зависимости от конкретных задач, цели, характера обращения и отношений, получаемых результатов выделяют определенные виды адресантов в рамках связей с общественностью в медицинских организациях здравоохранения.

Сопоставьте вид исследования и его значение:

Вид адресантов		Характеристика адресанта	
А	Клиент	1	группа людей или компаний, которая является целевой группой потребителей определённых продуктов или услуг
Б	Целевая аудитория	2	потребитель услуг
В	Целевой рынок	3	человек, который получает выгоду или прибыль от каких-либо операций
		4	предприятие, лицо, соперничающее в достижении идентичных целей, в стремлении обладать теми же ресурсами
		5	группа людей или компаний, для которых бизнес создает продукт с целью продажи

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В

Задание 11.

Прочитайте текст и установите последовательность.

PR-кампания медицинских организаций и услуг представляет собой комплекс мероприятий, формирующих и поддерживающих положительную репутацию бренда, медицинского специалиста или продукта/медицинской услуги в глазах целевой аудитории. Укажите последовательность основных этапов проведения пиар-кампании медицинской организации:

- 1) Изучение целевой аудитории
- 2) Определение целей кампании
- 3) Создание плана действий
- 4) Улучшение кампании
- 5) Выбор стратегии
- 6) Реализация кампании
- 7) Формирование бюджета
- 8) Оценка результатов

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо

--	--	--	--	--	--	--	--

Задание 12.

Прочитайте текст и установите последовательность.

Конфликтом принято называть модель поведения, которой характерны особые распределение ролей, последовательность событий, мотивация и формы аргументации, отстаивания интересов оппонентов. Результат разрешения конфликта напрямую зависит от обеих сторон,

их целей, принципиальных позиций, алгоритма поведения. В более узком понимании этапов конфликта можно выделить следующую последовательность. Укажите последовательность этапов разрешения конфликта:

- 1) Непосредственное разрешение
- 2) Приглашение к переговорам
- 3) Выбор методов выхода из сложившейся ситуации
- 4) Выяснение причин, следствий, уровня развития спора
- 5) Подведение итогов по переговорам

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо

--	--	--	--	--

Задание 13.

Прочитайте текст и установите последовательность.

Межкультурное разнообразие участников отношений в сфере здравоохранения постепенно актуализирует практику медиации. Процедура медиации проводится при взаимном волеизъявлении сторон на основе принципов добровольности, конфиденциальности, сотрудничества и равноправия сторон, беспристрастности и независимости медиатора. Укажите последовательность этапов проведения медиации.

1. Вступительное слово медиатора
2. Подготовка соглашения
3. Дискуссия
4. Презентация сторон
5. Выход из медиации
6. Кокус

7. Формирование повестки дня
8. Выработка предложений

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:

--	--	--	--	--	--	--	--

Задание 14.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

В эпоху цифровых технологий возрастает роль коллективного мнения об организации, ее внешнем образе и внутренней структуре, ценностях. Пациент как получатель медицинской услуги поддерживает более стабильные отношения с ЛПУ, хорошо зарекомендовавшими себя, и с большей вероятностью будет рекомендовать этих медицинских работников другим людям при личной встрече и в сети.

Запишите как называется такая оценка результатов работы организаций или специалистов?

Ответ:

Задание 15.

Прочитайте текст и установите соответствие.

Полиэтническое пространство функционирует еще более сложным образом, чем гомогенное. Специалисты в сфере связей с общественностью ориентируются на создание положительного образа медицинской организации, минимизацию негативных реакций целевой аудитории и т.д.

Укажите соответствие между специалистом и характеристикой специалиста:

Специалист		Характеристика специалиста	
А	Спин-доктор	1	специалист, который занимается созданием и продвижением рекламных кампаний
Б	Пиар-менеджер	2	специалист узкого профиля, который способен «вылечить» скандальную информацию при помощи инструментов PR и массовых коммуникаций
В	Рекламщик	3	специалист, который отвечает за создание и поддержание имиджа бренда в глазах общественности
		4	специалист, который общается со СМИ и общественностью, представляя интересы частного лица или компании

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В

Задание 16.

Прочитайте текст и установите последовательность.

Пресс-конференция как PR-активность помогает сформировать публичный образ медицинской организации через СМИ.

Пресс-конференция — это мероприятие со строгим регламентом. Со стороны организатора в нем участвуют: спикеры, модератор или ведущий, администратор на стойке регистрации.

Укажите верную последовательность этапов проведения пресс-конференции:

1. Неофициальная часть.
2. Ответы на вопросы журналистов.
3. Регистрация журналистов.
4. Выступления.
5. Открытие пресс-конференции.
6. Заключительное слово.

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо

--	--	--	--	--

Задание 17.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

В современном информационном обществе учет социально-исторического, этического, философского контекста позволяет минимизировать репутационные риски для медицинской организации в связи с периодическим появлением слухов. Слухи – постоянно действующая система интерпретации событий массовым сознанием в соответствии с исторически сложившимся менталитетом.

Какие выделяют виды слухов по результатам влияния на сознание и поведение людей?

Ответ:

Обоснование:

Задание 18.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

Барьеры коммуникации представляют собой препятствия на пути эффективной коммуникации, вызванные естественными, социальными и психологическими факторами, возникающими в процессе коммуникации, которые увеличивают психологическую дистанцию между партнерами, снижают эффективность процесса общения. В процессе коммуникации в условиях межкультурного разнообразия внимательное отношение к потенциальным барьерам приобретает особую значимость.

Какой коммуникационный барьер связан с различиями в системах значений понятий и терминов участников общения? Ответ аргументируйте.

Ответ:

Обоснование:

Задание 19.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

В зависимости от целей, которые ставит перед собой отдел связей с общественностью, выбирается и механизм управления новостной информацией. Выделяют следующие механизмы управления информацией: формирование собственного информационного потока, сегментирование информационного потока, приоритетная поставка информации, информационное партнерство.

Как называется учет процесса и результата оформления новости в приемлемой для СМИ форме? Ответ аргументируйте.

Ответ:

Обоснование:

Задание 20.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

Медиа-мониторинг — это процесс отслеживания упоминаний, содержащих ключевые слова, в различных медиаканалах; это одна из обязанностей специалиста по связям с общественностью. Следить за позитивными и негативными упоминаниями организации, с учетом скорости распространения недостоверной информации, развития социальных сетей и мессенджеров, а также возможности открыто и беспрепятственно оставлять отзывы онлайн крайне важно для деловой репутации медицинской организации. Медиа-мониторинг помогает выявлять слабые места в работе ЛПУ и начать своевременную работу над улучшением «клиентского» пути каждого пациента.

Как называется функция медиа-мониторинга, реализующаяся в процессе анализа сайтов-отзовиков, социальных сетей? Обоснуйте ответ.

Ответ:

Обоснование:

3.2. КЛЮЧИ К ОЦЕНИВАНИЮ ТЕСТОВЫХ ЗАДАНИЙ

№ задания	Верный ответ	Критерии
1	3 Обоснование: Связи с общественностью – это комплекс техник и стратегий, направленных на построение коммуникации и взаимопонимания с целевой аудиторией для укрепления доверия, управления репутацией, повышения узнаваемости	2 балла – верно (ответ и обоснование); 1 балл – верно (только ответ) 0 баллов – не верно
2	4 Обоснование: Базисный субъект PR — это та организация, на решение проблемы которой направлена PR-кампания	2 балла – верно (ответ и обоснование); 1 балл – верно (только ответ) 0 баллов – не верно
3	4 Обоснование: Имидж — это представление аудитории об организации и ее работе/продукте. Это совокупность ассоциаций.	2 балла – верно (ответ и обоснование); 1 балл – верно (только ответ) 0 баллов – не верно
4	2 Обоснование: Предполагает продуцирование, тиражирование информации при выполнении информационно-разъяснительной и рекламной работы	2 балла – верно (ответ и обоснование); 1 балл – верно (только ответ) 0 баллов – не верно
5	2 Обоснование: Система многообразных устойчивых взаимозависимостей, возникающих между отдельными индивидами, их группами, организациями и общностями	2 балла – верно (ответ и обоснование); 1 балл – верно (только ответ) 0 баллов – не верно
6	3 Обоснование: PR фокусируется на создании положительного имиджа компании, а маркетинг ориентирован на продажу продуктов или услуг	2 балла – верно (ответ и обоснование); 1 балл – верно (только ответ) 0 баллов – не верно
7	1 Обоснование: Процесс передачи информации от одного человека к другому по разным каналам связи посредством общей системы знаков	2 балла – верно (ответ и обоснование); 1 балл – верно (только ответ) 0 баллов – не верно
8	135	1 балл – верно;

		0 баллов – не верно
9	2413	1 балл – верно; 0 баллов – не верно
10	215	1 балл – верно; 0 баллов – не верно
11	21753684	1 балл – верно; 0 баллов – не верно
12	24351	1 балл – верно; 0 баллов – не верно
13	14367825	1 балл – верно; 0 баллов – не верно
14	Ответ: Корпоративная репутация медицинской организации. Имидж работодателя.	2 балла – верно (два аргумента) 1 балл – верно (один аргумент) 0 баллов – не верно
15	231	1 балл – верно; 0 баллов – не верно
16	354261	1 балл – верно; 0 баллов – не верно
17	<p>Ответ: Будоражащие общественное мнение, вызывающие антиобщественное поведение, разрушающие социальные связи.</p> <p>Обоснование: Фальсификация – это процедура опровержения гипотезы или теории. А гипотеза – это недоказанное предположение. Фальсификация предполагает нахождение такой гипотезы, которую нельзя было бы опровергнуть.</p>	3 балла – верно (ответ и обоснование); 2 балла – верно (ответ и частичное обоснование) 1 балл – верное (только ответ) 0 баллов – не верно

18	<p>Ответ: Семантический барьер</p> <p>Обоснование: Этот барьер связан с различиями в системах значений понятий и терминов участников общения.</p>	<p>3 балла – верно (ответ и обоснование);</p> <p>2 балла – верно (ответ и частичное обоснование)</p> <p>1 балл – верное (только ответ)</p> <p>0 баллов – не верно</p>
19	<p>Ответ: Оптимизация формы и стиля подачи материалов</p> <p>Обоснование: Информационный материал, предназначенный для СМИ, должен быть оформлен с учетом особенностей целевой аудитории данного СМИ, быть понятным и запоминающимся по форме.</p>	<p>3 балла – верно (ответ и обоснование);</p> <p>2 балла – верно (ответ и частичное обоснование)</p> <p>1 балл – верное (только ответ)</p> <p>0 баллов – не верно</p>
20	<p>Ответ: Повышение качества клиентского сервиса и укрепление лояльности.</p> <p>Обоснование: Медицинская организация, которая быстро и эффективно реагирует на сообщение пациента, заручится его лояльностью и симпатией.</p>	<p>3 балла – верно (ответ и обоснование);</p> <p>2 балла – верно (ответ и частичное обоснование)</p> <p>1 балл – верное (только ответ)</p> <p>0 баллов – не верно</p>

3.3. ПЕРЕЧЕНЬ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ МАТЕРИАЛОВ И ОБОРУДОВАНИЯ, НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОЦЕНКИ КОМПЕТЕНЦИЙ

Дополнительных материалов и оборудования для выполнения указанных тестовых заданий не требуется