**СПЕЦИФИКАЦИЯ ТЕСТА**

**по дисциплине «Теория и практика PR»**

**комплексного тестирования в магистратуру**

(вступает в силу с 2020 года)

**1. Цель составления:** Тест составлен для вступительного экзамена в магистратуру организаций послевузовского образования Республики Казахстан.

**2. Задача**: определение уровня знаний претендента по следующим специальностям:

|  |  |
| --- | --- |
| **Шифр** | **Наименование группы образовательных программ** |
| М068 | «Связь с общественностью» |

**3. Содержание и план тестирования**: Включеныучебные материалыпо дисциплине «Теория и практика PR»на основе типовых учебных программ по следующим разделам:

Задания представлены на языке обучения (русский).

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№** | **Содержание темы** | **Количество****заданий** | **Уровень****трудности** |
| 1 | Этапы развития связей с общественностью. История развития связей с общественностью в мире. | 3 | А,А,В |
| 2 | СМИ, как основной канал воздействия PR технологий | 3 | А,А,В |
| 3 | Этика и законодательство в связях с общественностью | 3 | В,В,В |
| 4 | Планирование и реализация PR мероприятий | 2 | А,С |
| 5 | Менеджмент новостей и конструирование новостей | 3 | В,В,В |
| 6 | Исследования в связях с общественностью | 2 | С,С |
| 7 | Управление коммуникационными процессами в организациях | 2 | С,С |
| 8 | Брендинг в системе корпоративных коммуникаций | 3 | А,А,С |
| 9 | PR в органах государственной власти | 2 | С,С |
| 10 | Манипулирование общественным сознанием в связях с общественностью | 3 | А,В,В |
| 11 | Антикризисный PR | 3 | А,В,В |
| 12 | Социальные PR кампании: фаундрайзинг, краундфайндинг | 1 | С |
| **Количество заданий в одном варианте теста** | **30** |

**4. Описание содержания задания:** В содержании тестовых заданий разносторонне рассматриваются происхождение и развитие паблик рилейшнз, организация и проведение PR-кампаний, система пресс-службы, организация и ее коммуникативное поведение, целевые аудитории, виды и функции PR, профилактика кризиса, создание имиджа, проведение информационного аудита, экономика связей с общественностью и др., приведены основные принципы взаимодействия с общественностью, сущность паблик рилейшнз как исключительного вида информационно-коммуникационных услуг, его отличие от журналистики, рекламы, пропаганды, история и предпосылки развития паблик рилейшнз, основные профессиональные обязанности специалистов по связям с общественностью.

**5. Среднее время выполнения заданий:**

Время выполнения одного задания – 2 минуты
Общее время выполнения теста – 60 минут

**6. Количество заданий в одном варианте тестирования:**

В одном варианте тестирования – 30 заданий.

Распределение тестовых заданий по степени трудности:

* легкие (A) – 9 заданий (30%);
* средние (В) – 12 заданий (40%);
* сложные (C) – 9 заданий (30%).

**7. Форма задания:**

Тестовые задания предоставляются в закрытой форме. Из пяти предложенных вариантов ответов нужно выбрать один ответ.

**8. Оценка выполнения задания:**

При выборе правильного ответа претенденту присуждается 1 (один) балл, в остальных случаях – 0 (ноль) баллов.

**9. Список рекомендуемой литературы:**

1. Абрамов Р.Н. , Кондратьев Э.В. «Связи с общественностью» - 2012;
2. Гундарин М.В. «Теория и практика связей с общественностью: основы медиа рилейшнз: учебное пособие» - 2007 г.
3. Чумиков А.Н., Бочаров М.П. «Связи с общественностью: теория и Практика». – 2014