

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Рахаев Анатолий Измаилович
Должность: И. о. Ректора
Дата подписания: 06.09.2026 09:24:01
Уникальный программный ключ:
b049feef759df6f58f67585b9bb2582ddf293921

Министерство культуры Российской Федерации
Федеральное государственное образовательное учреждение
высшего образования
«Северо-Кавказский государственный институт искусств»
Колледж культуры и искусств

УТВЕРЖДАЮ
Директор колледжа культуры и искусств
ФГБОУ ВО СКГИИ
А.Г. Хашукоева
«27»августа 2026г

Комплект контрольно-оценочных средств
учебной дисциплины
Основы менеджмента. Связи с общественностью.

Нальчик, 2026

Комплект контрольно-оценочных средств разработан на основе
Федерального государственного образовательного стандарта среднего
профессионального образования по специальности СПО :

54.02.01 Дизайн (по отраслям)

Учебной дисциплины «Основы менеджмента. Связи с общественностью»
углубленной подготовки.

Разработчик:

ККИ СКГИИ, преподаватель

Сижажева О.А.

Рассмотрено на заседании ПЦК ОД

Протокол № _____ 9 _____ от 28.06.2026 г.

Председатель ПЦК ООД _____ Прокудина Н.П.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Паспорт комплекта контрольно-оценочных средств	
2. Результаты освоения учебной дисциплины, подлежащие проверке	
3. Оценка освоения учебной дисциплины	
3.1. Формы и методы оценивания	
3.2. Типовые задания для оценки освоения учебной дисциплины	
4. Контрольно-оценочные материалы для итоговой аттестации по учебной дисциплине.....	
5. Приложения. Задания для оценки освоения дисциплины.....	

1.Паспорт комплекта контрольно-оценочных средств

1. Паспорт комплекта контрольно-оценочных средств

В результате освоения учебной дисциплины ОГСЭ.06 Основы менеджмента обучающийся должен обладать предусмотренными ФГОС по специальности: 54.02.01 Дизайн(по отраслям) (уровень подготовки – углубленный) программы учебной дисциплины ОГСЭ.06 Основы менеджмента. Связи с общественностью следующими умениями, знаниями, общими компетенциями.

Процесс изучения дисциплины ОГСЭ.06 Основы менеджмента направлен на формирование элементов следующих компетенций.

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

Результаты освоения учебной дисциплины, подлежащие проверке

Результаты обучения: умения и знания.	Показатели оценки результатов	Форма контроля
Знать общую теорию и технологии менеджмента и маркетинга в социально-культурной сфере; нормативно-правовую документацию, регламентирующую деятельность учреждений культуры; особенности организации планирования, учета и отчетности в учреждениях культуры, технологию проведения маркетинговых исследований, их виды и осуществление менеджмента и маркетинга в сфере социально-культурной деятельности, руководство деятельностью учреждений культуры; менеджмента и маркетинга социально-культурной деятельности,	Владеть современными методами менеджмента профессиональной деятельности в социально-культурной сфере; технологиями поиска нормативно-правовых документов, регламентирующих профессиональную деятельность в сфере культуры; навыками применения на практике технологий менеджмента и	Формы текущей аттестации: устный опрос, реферат. По окончании изучения курса проводится контрольный урок (контрольная работа - 8 семестр. Текущий контроль успеваемости, итоговая аттестация по дисциплине проводится с целью определения степени соответствия уровня освоения

рекреационных объектов и индустрии досуга; требования организации; основы работы с персоналом учреждений культуры Уметь осуществлять организацию деятельности учреждения культуры в целом его подразделений на основе базовых технологий менеджмента и маркетинга в сфере социально-культурной деятельности; принимать обоснованные управленческие решения по преодолению проблемных ситуаций в деятельности учреждения культуры; применять действующие отечественные и международные нормативные документы при решении задач профессиональной деятельности; проводить маркетинговые исследования и использовать маркетинговые коммуникации для продвижения продуктов и услуг учреждений культуры	маркетинга применительно к решению задач творческой производственной деятельности учреждений культуры .	образовательных результатов требованием работодателей. Текущий контроль успеваемости обучающихся – это систематическая проверка усвоения образовательных результатов, проводимая преподавателем на текущих занятиях согласно расписанию учебных занятий. Итоговый контроль освоения дисциплины проводится в форме дифференцированного зачета, который преследует цель оценить освоение образовательных результатов по дисциплине. Условиями допуска к зачету являются положительные результаты промежуточных аттестаций и выполненные практические работы по курсу дисциплины.
--	--	--

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины*	Наименование КОСа	Вид контроля
1	Раздел 1. Эволюция концепций менеджмента История развития	Доклад Конспект лекций Доклад	ТК

	менеджмента. Сущность, характерные черты современного менеджмента. Раздел 2. Организация как система управления Организация как объект менеджмента. Внешняя и внутренняя среда организации.	Презентация Конспект лекций Конспект лекций Доклад	
2	Построение структуры управления организацией.	Презентация	ТК
3	Раздел 3. Функции менеджмента в рыночной экономике Составление стратегических и тактических планов организации.	Конспект лекций	ТК
4	Типы структур управления. Планирование в системе менеджмента.	Конспект лекций Презентация	ТК
5	Мотивация и потребности. Контроль и его виды.	Доклад, презентация Конспект лекций	ТК
6	Применение теорий мотивации на практике.	Конспект лекций	ТК
7	Составление плана проведения контроля.	Доклад	ТК
8	Раздел 4. Методы и стили менеджмента Определение стиля управления по «Решетке менеджмента».	Доклад презентация	ТК
9	Раздел 5. Процесс принятия и реализации управленческих решений	Конспект лекций	ТК

	Разработка управленческих решений с помощью различных методов		
10	Разработка модели принятия управленческого решения.	Презентация	ТК
11	Раздел 6. Коммуникации и деловое общение Использование приемов достижения расположения подчиненных.	Конспект лекций	ТК
12	Сущность процесса принятия решений. Коммуникативность и общение в сфере управления.	Доклад	ТК
13	Составление планов проведения совещаний, переговоров, бесед.	Конспект лекций	ТК
14	Решение заданной конфликтной ситуации.	Конспект лекций, Доклад, презентация	ТК
15	Контрольное занятие по дисциплине	Тест	ДЗ

Примечания:

1. * - наименование раздела (темы) берется из рабочей программы дисциплины.
2. ТК – текущий контроль, (ДЗ – дифференцированный зачет).

2. Результаты освоения учебной дисциплины, подлежащие проверке

Изучение дисциплины направлено на формирование следующих **компетенций**:

ОК 11. *Использовать в профессиональной деятельности личностные, метапредметные, предметные результаты освоения основной образовательной программы основного общего образования в профессиональной деятельности.*

ОК 12. *Использовать в профессиональной деятельности умения и знания учебных дисциплин и профильных учебных дисциплин федерального государственного образовательного стандарта среднего общего образования.*

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать общую теорию и технологии менеджмента и маркетинга в социально-культурной сфере; нормативно-правовую документацию, регламентирующую деятельность учреждений культуры; особенности организации планирования, учета и отчетности в учреждениях культуры, технологию проведения маркетинговых исследований, их виды и осуществление менеджмента и маркетинга в сфере социально-культурной деятельности, руководство деятельностью учреждений культуры; менеджмента и маркетинга социально-культурной деятельности, рекреационных объектов и индустрии досуга; требования к организации; основы работы с персоналом учреждений культуры

Уметь осуществлять организацию деятельности учреждения культуры в целом и его подразделений на основе базовых технологий менеджмента и маркетинга в сфере социально-культурной деятельности; принимать обоснованные управленческие решения по преодолению проблемных ситуаций в деятельности учреждения культуры; применять действующие отечественные и международные нормативные документы при решении задач профессиональной деятельности; проводить маркетинговые исследования и использовать маркетинговые коммуникации для продвижения продуктов и услуг учреждений культуры

Владеть современными методами менеджмента профессиональной деятельности в социально-культурной сфере; технологиями поиска нормативно-правовых документов, регламентирующих профессиональную деятельность в сфере культуры; навыками применения на практике технологий менеджмента и маркетинга применительно к решению задач творческо-производственной деятельности учреждений культуры .

3. Оценка освоения учебной дисциплины

Система контроля и оценки освоения учебной дисциплины «Менеджмент» соответствует «Положению об итоговой и промежуточной аттестации в ККИ СКГИИ» и рабочим учебным планам.

Текущий контроль успеваемости, итоговая аттестация по дисциплине проводится с целью определения степени соответствия уровня освоения образовательных результатов требованиям работодателей.

Текущий контроль успеваемости обучающихся – это систематическая проверка усвоения образовательных результатов, проводимая преподавателем на текущих занятиях согласно расписанию учебных занятий.

Итоговый контроль освоения дисциплины проводится в форме дифференцированного зачета, который преследует цель оценить освоение образовательных результатов по дисциплине. Условиями допуска к зачету являются положительные результаты промежуточных аттестаций и выполненные практические работы по курсу дисциплины.

3.1 Формы и методы оценивания

В ККИ СКГИИ практикуется пятибалльная система оценки успеваемости обучающихся, которая позволяет преподавателю, как единовременно, так и накопительно, оценить уровень освоения материала обучающимися.

Краткие экспресс-вопросы, проводимые в конце каждой лекции, наличие конспекта лекций позволяют оценить знания обучающихся, а развернутые ответы на семинарских занятиях, защита докладов, презентаций, позволяют определить уровень сформированности компетенции посредством проверки умений и навыков работы с текстом, таблицами, в непосредственном контакте с коллективом и педагогом.

Результаты обучения: умения и знания.	Показатели оценки результатов	Форма контроля

Знать общую теорию и технологии менеджмента и маркетинга в социально-культурной сфере; нормативно-правовую документацию, регламентирующую деятельность учреждений культуры; особенности организации планирования, учета и отчетности в учреждениях культуры, технологию проведения маркетинговых исследований, их виды и осуществление менеджмента и маркетинга в сфере социально-культурной деятельности, руководство деятельностью учреждений культуры; менеджмента и маркетинга социально-культурной деятельности, рекреационных объектов и индустрии досуга; требования организации; основы работы с персоналом учреждений культуры Уметь осуществлять организацию деятельности учреждения культуры в целом его подразделений на основе базовых технологий менеджмента и маркетинга в сфере социально-культурной деятельности; принимать обоснованные управленческие решения по преодолению проблемных ситуаций в деятельности учреждения культуры; применять действующие отечественные и международные нормативные документы при решении задач профессиональной деятельности; проводить маркетинговые исследования и	Владеть современными методами менеджмента профессиональной деятельности в социально-культурной сфере; технологиями поиска нормативно-правовых документов, регламентирующих профессиональную деятельность в сфере культуры; навыками применения на практике технологий менеджмента и маркетинга применительно к решению задач творческой производственной деятельности учреждений культуры .	Формы текущей аттестации: устный опрос, реферат. По окончании изучения курса проводится контрольный урок (контрольная работа) - 8 семестр. Текущий контроль успеваемости, итоговая аттестация по дисциплине проводится с целью определения степени соответствия уровня освоения образовательных результатов требованиям работодателей. Текущий контроль успеваемости обучающихся – это систематическая проверка усвоения образовательных результатов, проводимая преподавателем на текущих занятиях согласно расписанию учебных занятий. Итоговый контроль освоения дисциплины проводится в форме дифференцированного зачета, который преследует цель оценить освоение образовательных результатов по дисциплине. Условиями допуска к
---	---	---

использовать маркетинговые коммуникации для продвижения продуктов и услуг учреждений культуры		зачету являются положительные результаты промежуточных аттестаций и выполненные практические работы по курсу дисциплины.
---	--	--

3.2. Типовые задания для оценки освоения учебной дисциплины

Примерные темы докладов и презентаций:

1. Организация как объект менеджмента.
2. Современный менеджмент: сущность и характерные черты.
3. Страницы истории менеджмента.
4. Процесс управления. Цикл менеджмента.
5. Влияние внутренней и внешней среды на процесс планирования.
6. Система методов управления.
7. Классификация коммуникационных сообщений.
8. Современные технологии при разработке управленческого решения.
9. Руководство организацией как социальной системой.
10. Сущность коммуникаций в менеджменте.
11. Способы повышения этичности поведения работников в организации.

Критерий оценивания знаний:

«Отлично» Материал систематизирован и излагается четко. Доклад производит выдающееся впечатление, сопровождается иллюстративным материалом. Дается оценка излагаемым фактам. Автор представляет демонстрационный материал и прекрасно в нем ориентируется.

«Хорошо» Допущены в ответах отдельные неточности, исправленные с помощью преподавателя. Наблюдается некоторая несистематичность в изложении. Представленный демонстрационный материал не использовался докладчиком или был оформлен плохо, неграмотно.

«Удовлетворительно» Заметная неполнота ответа, допущенные ошибки и неточности не всегда исправляются с помощью преподавателя. Не во всех случаях объясняются изложенные факты, наблюдается – непоследовательность в изложении. Доклад зачитывается. Иллюстративный материал представлен не по теме или полностью отсутствует.

«Неудовлетворительно» Теоретически не подготовлен, изложение носит трафаретный характер, имеются значительные нарушения последовательности изложения мыслей.

4. Контрольно-оценочные материалы для итоговой аттестации по учебной дисциплине.

Тесты:

Темы: Мотивация и потребности. Контроль и его виды.

Вариант 1.

Какие потребности относятся к первичным:

а) пища; б) вода; в) уважение; г) воздух; д) власть; е) работа.

2. Что такое ВОЗНАГРАЖДЕНИЕ:

а) деньги; б) все ценное для человека; в) моральное поощрение.

3. Какие теории относятся к СОДЕРЖАТЕЛЬНЫМ теориям мотивации:

а) теория ожиданий; б) иерархия потребностей по Маслоу;

в) двухфакторная теория Герцберга; г) модель Портера-Лоулера.

4. К какому уровню иерархии потребностей по Маслоу относятся следующие понятия:

а) клуб любителей пива; б) пиво в жаркий день; в) сон; г) самообразование;

д) уважение коллег; е) дружба.

5. Какие потребности описал в своей теории МакКлелланд:

а) физиологические; б) успех; в) принадлежность;

г) взаимопонимание; д) власть; е) уважение.

6. Почему необходим контроль?

7. Выберите характеристики эффективного контроля:

а) гибкость контроля; б) установление высоких стандартов; в) частота и тщательность;

г) простота контроля; д) своевременность; е) сложность; ж) экономичность контроля.

Вариант 2.

Что относится к внутреннему вознаграждению:

а) общение в процессе работы; б) дополнительный отпуск;

в) сотрудничество; г) повышение по службе.

2. Что такое ПОТРЕБНОСТЬ: а) недостаток денег; б) потребление материальных благ;

в) ощущение недостатка чего-либо.

3. Расставьте мотивирующие факторы потребностей по Маслоу в соответствии с установленной иерархией:

а) социальные; б) физиологические; в) самовыражение;

г) уважение; д) безопасность.

4. К какому уровню иерархии потребностей по Маслоу относятся следующие понятия:

а) мясо и масло; б) противогаз; в) авторитет в среде друзей;

г) изучение приемов самозащиты; д) чувство принадлежности;

е) воспитание воли, выдержки.

5. Из каких факторов состоит двухфакторная теория Герцберга:

а) гигиенические; б) физиологические;

в) мотивационные; г) психологические.

6. В каких областях используется предварительный контроль?

7. Что включает в себя процесс контроля?

Вариант 3.

Какие потребности относятся к первичным:

а) воздух; б) уважение; в) работа; г) пища; д) секс; е) дружба.

2. Что такое МОТИВАЦИЯ: а) побуждение себя и других к деятельности;

б) удовлетворение потребностей; в) изучение поведения человека.

3. Какие теории мотивации относятся к ПРОЦЕССУАЛЬНЫМ теориям:

а) модель Портера-Лоулера; б) теория «Х и У»;

в) теория справедливости; г) двухфакторная теория Герцберга.

4. К какому уровню иерархии потребностей по Маслоу относятся следующие понятия:

а) любовь; б) бомбоубежище; в) развитие личности;

г) Иван, внук Петра; д) сексуальные потребности; е) сон.

5. Какие факторы действуют в теории ожиданий:

а) валентность; б) ожидание в отношении «затраты труда – результаты»;

в) справедливость; г) ожидание в отношении «результаты - вознаграждение»;

д) ожидание в отношении высокого вознаграждения;

е) ожидание в отношении «уважение – удовлетворение».

6. Виды контроля?

7. Что такое ИУС, для чего она создана?

Вариант 4.

1. Что относится к внешнему вознаграждению:

а) уважение коллег; б) дополнительные выплаты; в) дружеские отношения;

г) высокая зарплата; д) продвижение по службе.

2. Что такое КОНТРОЛЬ:

а) введение ограничений и запретов; б) процесс обеспечения достижения целей;

в) процесс удержания работников в определенных рамках.

3. Какие факторы относятся к гигиеническим факторам в соответствии с теорией Герцберга: а) продвижение по службе; б) успех; в) условия работы;

г) величина зарплаты; д) возможность делового роста.

4. К какому уровню иерархии потребностей по Маслоу относятся следующие понятия:

- а) реализация своих потенциальных возможностей; б) уважение друзей;
- в) чистая вода; г) масло; д) клуб охотников и рыболовов;
- е) ключ от уборной для начальства.

5. Как можно стимулировать труд по теории справедливости:

- а) должна быть строгая зависимость между выработкой и зарплатой;
- б) выплата зарплаты должна производиться тайно;
- в) жесткое руководство, авторитарный стиль руководства;
- г) разъяснение работникам Положения об оплате труда.

6. Почему необходим контроль?

7. Что включает в себя процесс контроля?

ОТВЕТЫ:

Вариант 1	Вариант 2	Вариант 3	Вариант 4
1 – а, б, г	1 – а, в, г	1 – б, в, г	1 – б, г, д
2 – б	2 – в	2 – а	2 – б
3 – б, в	3 – б, д, а, г, в	3 – а, в	3 – в, г
4 – а – 3	4 – а – 1	4 – а – 3	4 – а – 5
б – 1	б – 2	б – 2	б – 4-3
в – 1	в – 4	в – 5	в – 1
г – 5	г – 2	г – 3	г – 1
д – 4	д – 3	д – 1	д – 3
е – 3	е – 5	е – 1	е – 1
5 – б, в, д	5 – а, в	5 – а, б, г	5 – а, г
6 – неопределенность, кризисы, поддержание успеха, широта контроля.	6 – человеческие ресурсы, материальные и финансовые ресурсы.	6 – предварительный, текущий и заключительный	6 – неопределенность, кризисы, поддержание успеха, широта контроля.
7 – а, г, д, ж	7 – установление стандартов, сопоставление результатов со стандартами, принятие корректирующих	7 – ИУС – информационно- управляющая система – необходимость получения точной, своевременной и эффективной	7 – установление стандартов, сопоставление результатов со стандартами, принятие корректирующих

	действий.	информации.	действий.
--	-----------	-------------	-----------

Темы: Сущность процесса принятия решений. Коммуникативность и общение в сфере управления.

ВАРИАНТ 1.

1. Организационное решение – это:

- а) доведение решений до конкретных исполнителей, разработка мер поощрений и наказаний, контроль за выполнением решений;
- б) сбор информации, анализ информации, выяснение ее актуальности, определение условий, при которых проблема будет решена;
- в) это выбор, который должен сделать руководитель, чтобы выполнить обязанности, обусловленные занимаемой им должностью.

2. Назовите основные (базовые) типы моделей в принятии решений.

3. Неопределенная среда принятия решения характерна для следующих вопросов:

- а) разработка и внедрение новых технологий;
- б) вклад денежных средств в банк под 10% годовых;
- в) продвижение товара на новый сектор рынка;
- г) составление бухгалтерской отчетности по итогам года.

4. Что относится к объективной вероятности результата при принятии решения в условиях риска:

- а) изучение новых рынков сбыта;
- б) размещение денежных средств в банке;
- в) расчет безубыточности работы предприятия;
- г) разработка новых моделей принятия решений.

5. Что относится к основным элементам обмена информацией:

- а) размножение документов на ксероксе;
- б) отчет о производстве продукции;
- в) передача информации по факсу;
- г) электронные средства связи.

6. Какие процессы перемещения информации внутри организации относятся к вертикальным коммуникациям:

- а) обмен информацией между плановым отделом и отделом по сбыту;
- б) выдача мастером цеха производственного задания работникам;
- в) подготовка и передача отчета по выпуску продукции руководителю предприятия;
- г) проведение научной конференции по внедрению новой техники.

7. Назовите преграды в межличностных коммуникациях:

- а) преграды, обусловленные восприятием;
- б) информационные перегрузки;
- в) неудовлетворительная структура организации;
- г) неумение слушать.

ВАРИАНТ 2.

1. Рациональное решение:

- а) это выбор, обусловленный знаниями или накопленным опытом;
- б) это выбор, сделанный с помощью объективного аналитического процесса;
- в) это выбор, сделанный только на основе ощущения того, что он правилен.

2. Какие примеры относятся к физической модели принятия решений:

- а) построение графика безубыточности;
- б) модель нового вида транспортных средств;
- в) чертеж завода, его уменьшенная копия;
- г) организационная схема предприятия.

3. Расставьте по порядку этапы процесса построения модели:

- а) построение;
- б) обновление модели;
- в) применение;
- г) постановка задачи;
- д) проверка на достоверность.

4. Если решение принимается, когда руководство использует математические методы и статистические данные, то

- а) вероятность результата в условиях риска субъективна;
- б) вероятность результата в условиях риска объективна.

5. Назовите основные элементы процесса обмена информацией.

6. Что относится к каналам коммуникаций:

- а) электронные средства связи;
- б) подготовка информации к передаче;
- в) передача речи и письменных материалов;
- г) систематизация статистических данных.

7. Какими способами можно добиться обратной связи в межличностных коммуникациях:

- а) контроль первых результатов работы;
- б) обратить внимание на позу человека, интонацию его голоса;
- в) ввод премирования и системы поощрений по результатам работы;
- г) пересказ подчиненным полученного задания.

ВАРИАНТ 3.

1. Укажите причины, обуславливающие необходимость моделирования:

- а) возможность использования сложной вычислительной техники;
- б) невозможность проведения эксперимента в жизни;
- в) сложность организационных ситуаций;
- г) передача информации.

2. Назовите основные (базовые) типы моделей в принятии решений.

3. Среда, являющаяся полностью определенной, характерна для решения следующих вопросов:

- а) вклад денежных средств в 10%-е облигации;
- б) подготовка отчета по сбыту продукции;
- в) разработка новых видов продукции;
- г) выход на новые рынки сбыта.

4. Что относится к субъективной вероятности результата при принятии решения в условиях риска: а) инвестирование денежных средств в убыточное предприятие;

- б) покупка ценных бумаг с фиксированным доходом;
- в) выпуск совершенно новой продукции, не имеющей аналога в мире;
- г) выпуск усовершенствованной продукции.

5. Что относится к основным элементам обмена информацией:

- а) телеграмма;
- б) отбор необходимых данных для отчета;
- в) ввод данных отчета в компьютер;
- г) текст делового письма.

6. Какие процессы перемещения информации внутри организации относятся к горизонтальным коммуникациям:

- а) проведение конференции по вопросам развития и внедрения новых технологий;
- б) отчет мастера перед начальником цеха;
- в) обмен информацией между бухгалтерией и финансовым отделом;
- г) ознакомление рабочих с политикой руководства по дальнейшему развитию организации.

7. Расставьте по порядку этапы обмена информацией:

- а) кодирование и выбор канала;
- б) передача;
- в) декодирование;
- г) зарождение идеи.

ВАРИАНТ 4.

1. Какие примеры относятся к аналоговой модели принятия решений:

- а) график, показывающий соотношение между объемами производства и издержками;
- б) чертеж размещения основного оборудования в цехе;
- в) модель линейного программирования;
- г) построение структуры организации.

2. Если решение принимается, когда руководство не располагает достоверной информацией, а полагается на свой опыт, то:

- а) вероятность результата в условиях риска субъективна;
- б) вероятность результата в условиях риска объективна.

3. Риск, как среда принятия решений, характерен для следующих вопросов:

- а) внедрение прогрессивных технологий в производство;

- б) выполнение договора поставки;
- в) планирование выпуска продукции по действующей мощности предприятия;
- г) сокращение численности работников предприятия.
4. Расставьте по порядку этапы рационального решения проблем:
- а) выявление альтернатив;
- б) окончательный выбор;
- в) формулировка ограничений и критериев для принятия решения;
- г) диагноз проблемы;
- д) оценка альтернатив.
5. Назовите известные вам каналы в процессе обмена информацией.
6. Назовите основные элементы процесса обмена информацией:
- а) декодирование; б) канал;
- в) отправитель; г) идея;
- д) сообщение; е) получатель;
- ж) передача;
- з) кодирование.
7. Что означает «эффективно слушать»:
- а) всегда улыбаться;
- б) уметь слушать чувства людей;
- в) задавать вопросы;
- г) престать говорить;
- д) отстаивание своих идей.

ОТВЕТЫ:

Вариант 1	Вариант 2	Вариант 3	Вариант 4
1. в	1. б	1. б, в	1. а, г
2. физическая, аналоговая, математическая	2. б, в	2. физическая, аналоговая, математическая	2. а
3. а, в	3. г, а, д, в, б	3. а, б	3. а, б
4. б, в	4. б	4. а, в	4. г, в, а, д, б
5. б, г	5. отправитель, сообщение, канал, получатель	5. а, г	5. письменные, речь, электронные средства
6. б, в	6. а, в	6. а, в	6. б, в, д, е
7. а, г	7. а, б, г	7. г, а, б, в	7. б, в, г

Вопросы:

1. Организация – это группа людей:

- а) намеренно работающих вместе;
- б) создающаяся по воле руководства для выполнения контрольных задач;
- в) деятельность которых сознательно координируется для достижения общих целей.

2. Организацию можно считать успешной, когда она:

- а) имеет огромный размер и прибыли;
- б) реализовала поставленные цели результативно и эффективно;
- в) выбрала цель, соответствующую важной потребности, которая существует в мире.

3. Что характерно для работы менеджера:

- а) бюрократический стиль управления и работа с коллективом организации;
- б) проведение технической политики организации и разработка новых технологий;
- в) формирование маркетинговой политики и организация рекламы и сбыта.

4. Что характерно для управленческого труда:

- а) большие затраты физической энергии, редкие контакты с другими людьми;
- б) ответственность за принятие решений, большие затраты умственной и физической энергии;
- в) неоднородность выполняемых операций, ответственность за свою работу.

5. Вертикальное разделение труда используется:

- а) для разбиения всей работы в организации на составляющие ее задачи;
- б) достижение целей организации;
- в) дифференцирования и координации управленческой работы.

6. Роль руководителя, отвечающего за корректирование действия, когда организация оказывается перед необходимостью устранения нарушений, является:

- а) межличностная;
- б) информационная;
- в) связанная с принятием решений.

7. Менеджмент – это:

- а) подсистема, занимающаяся переработкой поступающих в ее распоряжение ресурсов в товары и услуги;
- б) процесс управления, осуществляемый для достижения целей организационной системы;
- в) процесс управления производством и финансами коммерческой фирмы.

8. Современные организации рассматриваются как системы:

- а) имеющие жесткие фиксированные границы;
- б) характеризующиеся взаимодействием с внешней средой;
- в) приспособляющиеся к изменениям во внешней среде.

9. Кто явился создателем универсальных принципов управления:

- а) Ф. Тейлор; б) Ф. Герцберг; в) Р. Лайкерт; г) А. Файоль.

10. Что означает принцип единоначалия:

- а) работник должен получать полномочия только от одного начальника;
- б) во главе организации может находиться только один человек;

г) одному руководителю должен подчиняться только один подчиненный.

11. Что такое миссия организации:

- а) максимизация прибыли любыми способами;
- б) четко выраженная причина существования организации;
- в) выработка целей организации.

12. Почему не существует двух одинаковых организаций?

- а) так как организация зависит от внешнего мира;
- б) организации имеют различные цели, оборудование, кадры;
- в) из-за различного влияния внешних факторов на внутреннюю среду организации.

13. Что такое мотивация:

- а) побуждение себя и других к деятельности;
- б) удовлетворение потребностей;
- в) изучение поведения человека.

14. Какие теории мотивации относятся к процессуальным теориям:

- а) двухфакторная теория Герцберга; б) Модель Портера-Лоулера; в) теория Х и У.

15. Что такое контроль:

- а) введение ограничений и запретов;
- б) удержание работников в определенных рамках;
- в) процесс обеспечения достижения целей.

16. Как лучше работать, чтобы добиться высокой производительности:

- а) выпускать много продукции; б) выпускать продукцию высокого качества;
- в) большое внимание выделять рекламе продукции.

17. Назовите аспекты организационного процесса:

- а) взаимоотношения полномочий и выделение подразделений;
- б) возникновение административного аппарата и планирование его деятельности;
- в) планирование деятельности организации и высшего руководства.

18. На каком уровне управления лежит наивысшая ответственность:

- а) институциональном; б) управленческом; в) техническом.

19. Какой подход к управлению предполагает последовательное выполнение таких функций, как планирование, организация, мотивация и контроль?

- а) системный;
- б) процессный;
- в) ситуационный.

20. Что общего имеют все подходы к управлению?

- а) нацелены на повышение производительности труда работников и удовлетворение их интересов;
- б) предусматривают повышение рентабельности производства;
- в) предполагают повышение эффективности процесса управления организацией.

Ответы:

1 –	11
6	– 6
2 –	12

б	– б
3 –	13
а	– а
4 –	14
б	– б
5 –	15
в	– в
6 –	16
в	– б
7 –	17
б	– а
8 –	18
в	– а
9 –	19
г	– б
10	20
– а	– в

В результате освоения учебной дисциплины дисциплины «Связи с общественностью (Public relations – PR)» обучающийся должен обладать предусмотренными ФГОС СПО для специальностей, по которым ведется

подготовка в Колледже культуры и искусств, следующими умениями, знаниями и общими компетенциями:

Знать

Понятийный аппарат данной дисциплины, принципы и закономерности функционирования сферы связей с общественностью.

Уметь

Применять: некоторые методы и технологии связей с общественностью в профессиональной деятельности; основы речи, ее виды, правила речевого этикета и ведения диалога; особенности распространения PR - сообщений; основы системы контроля и регламентирования коммуникативной деятельности; основы планирования и проведения кампании по связям с общественностью;

Владеть навыками применения на практике технологий в области связей с общественностью применительно к решению задач творческо-производственной деятельности учреждений культуры; способами поддержки собственной профессиональной деятельности в социально-культурной сфере; технологиями поиска нормативно-правовых документов, регламентирующих профессиональную деятельность в сфере культуры; навыками применения на практике технологий связей и маркетинга применительно к решению задач творческо-производственной деятельности учреждений культуры .

Изучение дисциплины направлено на формирование следующих компетенций:

ОК 4. Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности.

ОК 6. Работать в коллективе, эффективно общаться с коллегами, руководством.

ОК 11. Использовать в профессиональной деятельности личностные, метапредметные, предметные результаты освоения основной образовательной программы основного общего образования в профессиональной деятельности.

ОК 12. Использовать в профессиональной деятельности умения и знания учебных дисциплин и профильных учебных дисциплин федерального государственного образовательного стандарта среднего общего образования.

Результаты освоения учебной дисциплины, подлежащие проверке

Результаты обучения: умения, знания	Показать оценку результата	Форма контроля и оценивания
У1 Планировать и организовывать коммуникационные кампании; Эффективно выстраивать все формы коммуникаций с различными группами общественности.	Организовывать и проводить социологические исследования с целью составления прогноза общественного мнения. Использовать методики и техники проведения опросов общественного мнения и фокус - групп в рыночных исследованиях;	текущий промежуточный
У2 Устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения с представителями различных структур, рекламными агентствами;	Знать основы речи, ее виды, правила речевого этикета и ведения диалога, законы композиции и стиля, приемы убеждения;	текущий промежуточный

У3 Осуществлять взаимосвязь теоретических знаний и практических навыков в процессе обучения.	Знать основы планирования и проведения кампании по связям с общественностью;	текущий промежуточный
3 1 Роль и функции связей с общественностью в жизни человека и общества.	Основные функции связей с общественностью	текущий промежуточный
3 2 Историю возникновения и развития связей с общественностью;	Теории, историю и современное состояние Связей с общественностью.	текущий промежуточный
3 3 Базовые характеристики и профессиональные термины;	Применять полученные знания в области связей с общественностью;	текущий промежуточный
3 4 Предмет, объект и задачи курса,	Описывать объект и предмет связей с общественностью и организационной	текущий

основные модели управления персоналом;	культуры, уметь сравнивать различные технологии СО;	промежуточный
3 5 Этнопсихологические особенности управления в многонациональных коллективах как об особом культурном поле;	Владеть основными технологиями СО в условиях организации и ее специфической культуры;	текущий промежуточный

3. Оценка освоения учебной дисциплины

Система контроля и оценки освоения учебной дисциплины «Связи с общественностью» соответствует «Положению об итоговой и промежуточной аттестации в ККИ СКГИИ» и рабочим учебным планам.

Текущий контроль успеваемости, итоговая аттестация по дисциплине проводится с целью определения степени соответствия уровня освоения образовательных результатов требованиям работодателей.

Текущий контроль успеваемости обучающихся – это систематическая проверка усвоения образовательных результатов, проводимая преподавателем на текущих занятиях согласно расписанию учебных занятий.

Итоговый контроль освоения дисциплины проводится в форме контрольного урока, который преследует цель оценить освоение образовательных результатов по дисциплине. Условиями допуска к контрольному уроку являются положительные результаты текущего контроля и выполненные практические работы по курсу дисциплины.

3.1 Формы и методы оценивания

В ККИ СКГИИ практикуется пятибалльная система оценки успеваемости обучающихся, которая позволяет преподавателю, как

единовременно, так и накопительно, оценить уровень освоения материала обучающимися.

Краткие экспресс-вопросы, проводимые в конце каждой лекции, наличие конспекта лекций позволяют оценить знания обучающихся, а развернутые ответы на семинарских занятиях, защита докладов, презентаций, позволяют определить уровень сформированности компетенции посредством проверки умений и навыков работы с текстом, таблицами, в непосредственном контакте с коллективом и педагогом. Форма итоговой аттестации - контрольный урок

Требования к текущей аттестации:

Устный ответ по пройденному теоретическому материалу с иллюстрацией основных положений; доклад/презентация, по предложенной педагогом теме.

Требование к ответу на контрольном уроке: полнота раскрытия тем, обозначенных в вопросах, владение профессиональной терминологией.

3.2. Типовые задания для оценки освоения учебной дисциплины

Примерные темы докладов и презентаций:

Задачи и функции PR в современном обществе и рыночной экономике.

- Специфика PR в политике, коммерческом секторе, общественных объединениях, государственных учреждениях.
- Основные этапы развития PR в России.
- Виды кодексов профессионального поведения PR-специалиста.
- Кодекс профессиональных стандартов PRSA.
- Декларация этических принципов PACO.
- Законы и нормативные акты, регулирующие рекламную деятельность.
- Коммуникация как социальное действие
- Схема коммуникации К. Шеннона.
- Роль социально-коммуникационных революций в развитии общества.
- Основные теории массовых коммуникаций.
- Технологии построения имиджей.
- Концепция формирования бренда.
- Особенности рекламы на телевидении.
- Особенности рекламы в печатных изданиях.
- Основные характеристики и структура медиаплана.
- Роль политической коммуникации в обществе и ее основные функции.
- СМИ как неотъемлемый элемент политических коммуникаций и их манипулятивные возможности.
- Структура и функции PR-службы (на примере Кабардино-Балкарской республики).
- Функции и задачи специалиста по Связям с общественностью.
- Особенности связей с общественностью в государственных структурах.

- · Специфика работы Студенческого совета колледжа.
- Правила написания грантовой заявки как технологии привлечения инвестиций.
- Правила подготовки и распространения пресс-релиза.
- Многотиражная газета как вид корпоративного документа.
- Формы и средства бюджета при проведении PR-мероприятий.

4. Контрольно-оценочные материалы для итоговой аттестации по учебной дисциплине.

Предметом оценки являются умения и знания. Контроль и оценка осуществляются с использованием следующих форм и методов: практическое занятие (рефераты) самостоятельная работа (доклады) , устный опрос.

Оценка освоения дисциплины предусматривает использование контрольного урока. Контрольный урок проводится в форме письменного ответа на вопросы.

Время выполнения задания – 40 мин.

Оборудование: *ручка, лист бумаги, карточка с вопросами.*

КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ

«Отлично» Материал систематизирован и излагается четко. Доклад/Реферат производит выдающееся впечатление, сопровождается иллюстративным материалом. Дается оценка излагаемым фактам. Автор представляет демонстрационный материал и прекрасно в нем ориентируется.

«Хорошо» Допущены в ответах отдельные неточности, исправленные с помощью преподавателя. Наблюдается некоторая несистематичность в изложении. Представленный в Докладе/Реферате демонстрационный материал не использовался докладчиком или был оформлен плохо, неграмотно.

«Удовлетворительно» Заметная неполнота ответа, допущенные ошибки и неточности не всегда исправляются с помощью преподавателя. Не во всех случаях объясняются изложенные факты, наблюдается – непоследовательность в изложении. Доклад/Реферат зачитывается. Иллюстративный материал представлен не по теме или полностью отсутствует.

«Неудовлетворительно» Теоретически не подготовлен, изложение носит трафаретный характер, имеются значительные нарушения последовательности изложения мыслей.

5. Приложения. Задания для оценки освоения дисциплины.

Вопросы к контрольному уроку :

1. Связи с общественностью как наука и учебная дисциплина
2. Соотношение понятий и функций: PR и реклама, PR и пропаганда, PR и маркетинг.
3. Основные термины и понятия в сфере PR.
4. Критерии эффективности взаимоотношений со СМИ.
5. Классификация и основные направления услуг в области связей с общественностью.
6. Роль PR в современном гражданском обществе и рыночной экономике. Цели и функции PR.
7. Правовое регулирование деятельности в сфере связей с общественностью.
8. Основные международные Кодексы профессиональных стандартов в области PR.
9. Коммуникация как процесс и структура.
10. Информация и содержание информационного подхода в теории коммуникации.
11. Содержание и элементы коммуникации.
12. Коммуникативное пространство.
13. Возможности вербального воздействия на аудиторию.
14. Невербальные средства коммуникации. Типология коммуникативных единиц невербальной коммуникации. Функции невербальных средств коммуникации.
15. Содержание и элементы коммуникации. Модель Г. Лассауэлла.
16. Социально-коммуникационные революции.
17. Теория массовых коммуникаций.
18. Коммуникации в политике.
19. Предмет политической коммуникации.
20. Основные понятия политической коммуникации.
21. Роль политической коммуникации в обществе и ее основные функции.
22. Понятие политического консалтинга.
23. Основные организационные структуры PR: независимый консультант-эксперт, корпоративный PR-департамент, типовое агентство, консалтинговая PR-фирма, независимая международная компания, международная сеть агентств.
24. Задачи, функции, отделов и служб по PR в государственных организациях и учреждениях, общественных объединениях, коммерческих структурах, политических партиях.
25. Структура типового агентства и консалтинговой фирмы в области связей с общественностью.

26. Основные российские ассоциации специалистов в области PR.
27. Российские профессиональные издания в области PR.
28. Понятие рекламной коммуникации.
29. Цели и основные составляющие рекламной коммуникации.
30. Медиапланирование как составляющая рекламной кампании.
31. Этапы медиапланирования.
32. Основные характеристики, сроки и структура медиаплана.
33. Особенности рекламы в различных СМИ, их достоинства и недостатки: реклама в прессе, реклама на телевидении, реклама на радио, реклама в интернет.
34. Сущность и понятие имиджа: в рекламе, политике, связях с общественностью.
35. Основные составляющие имиджа.
36. Определение корпоративного имиджа, корпоративной культуры, фирменного стиля.
37. Брэнд и его значение в современной рекламе.
38. Классификация брендов.
39. Концепция формирования брэнда, позиционирование брэнда.
40. Политическое консультирование: типы, виды и формы.
41. Технологии политического консультирования.
42. Политический консультант: типы, характерные черты, функции.
43. Работа консультанта в избирательной кампании по созданию стратегии клиента.
44. Профессиональные требования к специалисту по PR.
45. Этика и профессиональные стандарты в «Связях с общественностью».
46. Связи с общественностью в государственных структурах.
47. Субъекты и структура российского государственного PR – рынка.
48. Пресс-клиппинг как PR - технология.
49. Некоммерческие организации – понятие, функции, характерные черты.
50. Специфика функционирования некоммерческих организаций в современной России.
51. PR-технологии в привлечении инвестиций.
52. Понятие спонсоринга, фандрайзинга.
53. Целевые мероприятия по привлечению средств. Этапы Фандрайзинга.
54. Виды рабочих PR-документов, используемых в работе со СМИ, целевыми аудиториями и предъявляемые к ним требования
55. Оперативные рабочие информационные документы.
56. Имиджевые корпоративные документы.
57. Служебные PR-документы.

Дополнения и изменения к комплекту КОС на учебный год

Дополнения и изменения к комплекту КОС на _____ учебный год по

дисциплине _____

В комплект КОС внесены следующие изменения:

Дополнения и изменения в комплекте КОС обсуждены на заседании

МС _____

« ____ » _____ 20 ____ г. (протокол № ____).

Председатель МС _____ / _____ /