Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Рахаев Анатолий Измаилович
Должность: И. о. Ректора
Дата подписания: 03.09.2025 [illegible]
Уникальный программный ключ:
b049feef759df6f58f67585b9bb2502ddf293921

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
В.Х. Шарибов
«26»августа 2025г

Комплект контрольно-оценочных средств

учебной дисциплины

ОГСЭ.07
Связи с общественностью

Нальчик, 2025

Комплект контрольно-оценочных средств учебной дисциплины ОГСЭ.07 Связи с общественностью разработан на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности СПО :

54.02.01 Дизайн (по отраслям)
53.02.07 Теория музыки
53.02.03Инструментальное исполнительство (по видам инструментов)
53.02.04 Вокальное искусство
53.02.06 Хоровое дирижирование

Учебной дисциплины ОГСЭ.07 Связи с общественностью

Разработчик:

ККИ СКГИИ, преподаватель Сижажева О.А.

Рассмотрено на заседании ПЦК ООД

Протокол №____5___ от_ «24» июня 2025 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

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. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.

ОК 5. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом

особенностей социального и культурного контекста.

ОК 6. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения.

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	Знать основы речи, ее виды, правила речевого этикета и ведения диалога, законы композиции и стиля, приемы убеждения;	текущий промежуточный

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

задачи курса, основные модели управления персоналом;	общественностью и организационной культуры, уметь сравнивать различные технологии СО;	промежуточный
З 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 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 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 брэнда.

· 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.