

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Рахаев Анатолий Измаилович
Должность: И. о. Ректора
Дата подписания: 04.09.2026 15:13:23
Уникальный программный ключ:
b049feef759df6f58f67585b9bb2502ddf293921

Министерство культуры Российской Федерации
Федеральное государственное образовательное учреждение
высшего образования

«Северо-Кавказский государственный институт искусств»

Колледж культуры и искусств

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

учебной дисциплины

ОГСЭ. 06 Основы менеджмента, Связи с общественностью

Нальчик, 2026

Комплект контрольно-оценочных средств разработан на основе Федеральных государственных образовательных стандартов среднего профессионального образования по специальности

по программе углубленной подготовки программы учебной дисциплины «Основы менеджмента, Связи с общественностью»

Разработчик: преподаватель ККИ СКГИИ Сижажева О.А.

Рассмотрено на заседании ПЦК ОД

Протокол №__2__ от «_24_» _____08_____ 2026г

Председатель ПЦК ООД

СОДЕРЖАНИЕ

1.	Паспорт оценочных материалов учебной дисциплины «Основы менеджмента, Связи с общественностью»	4
2.	2. Оценочные материалы для входного, текущего и рубежного контроля	5
3.	2.1 Материалы для входного контроля	5
4.	2.2 Материалы для текущего контроля	24
5.	2.3 Материалы для рубежного контроля	41
6.	3 Оценочные материалы для промежуточной аттестации	51
7.	3.1 Задания на проверку основного содержания дисциплины	65
8.	3.2 Профессионально ориентированные задания для проведения промежуточной аттестации	72

1. Паспорт оценочных материалов учебной дисциплины «Основы менеджмента»

Оценочные материалы (далее – ОМ) разработаны с целью формирования системы контроля и оценки результатов освоения дисциплины «Основы менеджмента». В ОМ описана система оценочных мероприятий, которая включает примеры заданий текущего, рубежного контроля и задания промежуточной аттестации по дисциплине «Основы менеджмента, Связи с общественностью». Кроме оценочных заданий ОМ содержит эталоны ответов к некоторым заданиям, а к типовым – алгоритмы решения либо ориентировочную основу действий, критерии оценивания и рекомендуемую шкалу перевода полученных баллов в 5-балльную систему.

Результаты освоения программы по дисциплине «Основы менеджмента, Связи с общественностью», представляющие собой формируемые общие и профессиональные компетенции федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) среднего профессионального образования (далее – СПО) по специальности в соотношении с личностными, метапредметными и предметными результатами обучения базового уровня ФГОС среднего общего образования, приведены в рабочей программе (далее – РП) по дисциплине.

Типы оценочных мероприятий по дисциплине «Основы менеджмента, Связи с общественностью», спроектированы в учебно-методическом комплексе (далее – УМК) по дисциплине.

В ОМ приведены модельные примеры заданий, направленные на контроль и оценку основного содержания дисциплины, а также профессионально ориентированные задания, способствующие формированию элементов профессиональных компетенций ФГОС осваиваемой обучающимися специальности СПО.

Ссылки на каталоги ЭОР, рекомендованные в УМК по дисциплине «Основы менеджмента, Связи с общественностью» для профессиональных образовательных организаций:

- 1) каталог материалов журнала «Обсерватория культуры» Российской государственной библиотеки, освещает менеджмент культурных проектов, экономику культуры и социально-культурное проектирование [Обсерватория культуры](#);
- 2) каталог материалов издания Краснодарского государственного института культуры «Культурная жизнь юга России», публикует

региональные исследования и управленческие практики в СКД
[Региональный научный журнал «Культурная жизнь Юга России»](#)

- 3) каталог материалов электронного научного издания МГИК «Культура и образование», публикует статьи по управлению в сфере культуры, педагогике и арт-менеджменту. [Культура и образование: научно-информационный журнал вузов культуры и искусств](#)
- 4) Тельманова, А. С. Управление качеством социально-культурной деятельности : учебное пособие / А. С. Тельманова. — Кемерово : КемГИК, 2018. — 51 с. — ISBN 978-5-8154-0473-1. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/156989> (дата обращения: 08.08.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
- 5) Кондратьев, Э. В. Связи с общественностью : учебное пособие / Э. В. Кондратьев, Р. Н. Абрамов ; под редакцией С. Д. Резника. — 6-е изд. — Москва : Академический Проект, 2020. — 511 с. — ISBN 978-5-8291-2912-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/132275> (дата обращения: 12.08.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Входной контроль проводится в начале обучения по дисциплине. Целью входного контроля является выявление актуальных знаний и умений обучающихся по дисциплине, а также вопросы, требующие коррекции.

Текущий контроль осуществляется преподавателем в течение учебного года в целях систематической проверки и оценки полученных обучающимися результатов в процессе изучения дисциплины.

Рубежный контроль представляет собой проверку и оценку результатов обучения, проводимых по окончании изучения разделов курса.

Форма промежуточной аттестации и количество часов, отводимых на ее проведение, регламентируются учебным планом образовательной программы СПО профессиональной образовательной организации (статья 58 Федерального закона от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»).

2. Оценочные материалы для входного, текущего и рубежного контроля

2.1 Материалы для входного контроля

Цель: проверить остаточные знания студентов 4 курса, готовность к освоению углублённого курса.

1.1. Тест повышенной сложности (правильные ответы в скобках даны для преподавателя, студентам не видны)

1. Менеджмент — это:

- А) совокупность творческих приёмов режиссуры мероприятий
- Б) система принципов, методов, средств и форм управления учреждениями культуры, ориентированная на эффективное достижение целей
- В) государственное регулирование культурной политики
- Г) процесс бухгалтерского учёта в бюджетных организациях

(Ответ: Б)

2. Какая из перечисленных структур наиболее эффективна для крупного культурного центра, реализующего множество разноплановых проектов одновременно?

- А) линейная
- Б) функциональная
- В) матричная
- Г) линейно-штабная

(Ответ: В)

3. SWOT-анализ используется для:

- А) расчёта себестоимости билета
- Б) оценки сильных и слабых сторон организации, возможностей и угроз внешней среды
- В) составления штатного расписания
- Г) разработки сценария мероприятия

(Ответ: Б)

4. Какой документ НЕ относится к учредительным?

- А) устав учреждения
- Б) коллективный договор

В) положение о филиале

Г) решение учредителя о создании учреждения

(Ответ: Б)

5. Краудфандинг — это:

А) получение государственной субсидии

Б) привлечение спонсорских средств от крупного бизнеса

В) коллективный сбор средств от широкого круга лиц через интернет-платформы

Г) банковское кредитование культурных проектов

(Ответ: В)

1.2. Практическое задание «Поставь диагноз учреждению»

Описание ситуации:

Городской Дом культуры (основной вид деятельности — кружки и проведение праздников) за последний год столкнулся с падением посещаемости на 40%. В штате 12 человек, средний возраст персонала — 47 лет. Бюджетное финансирование сократили на 15%. Реклама размещается только на стенде у входа и в районной газете. Молодёжь уходит в частные арт-пространства и кинотеатры.

Задания:

1. Выделите не менее 4-х ключевых проблем, используя категории внутренней и внешней среды.
2. На основе каких теорий мотивации можно объяснить пассивность персонала?
3. Предложите два стратегических направления выхода из кризиса (кратко, без детализации сметы).

Критерии оценки входного контроля:

- Зачтено / готов к курсу: тест выполнен не менее чем на 70%, в практическом задании верно идентифицированы проблемы, использованы термины менеджмента, предложены логичные направления.
- Не зачтено / требуется повторение: базовые определения не усвоены, анализ подменён бытовыми рассуждениями.

Критерии оценки (рекомендуемые):

- 85–100% правильных ответов – отлично
- 70–84% – хорошо
- 50–69% – удовлетворительно
- менее 50% – неудовлетворительно (рекомендуется повторение базовых дисциплин)

Цель: оценка уровня сформированности базовых компетенций по итогам предыдущих лет обучения, выявление пробелов в знаниях для последующей корректировки учебного процесса.

Форма проведения: письменная работа (тест + открытые вопросы + практическое задание).

Время выполнения: 90 минут.

Максимальный балл: 50.

ЧАСТЬ I. ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ

Выберите один правильный вариант ответа. Каждый правильный ответ — 1 балл. (25 баллов)

1. Понятие «культура» в широком антропологическом смысле означает:
 - а) совокупность достижений человечества в области искусства и науки;
 - б) всё, что создано человеком в процессе материальной и духовной деятельности;
 - в) уровень воспитанности и образованности личности;
 - г) систему норм и запретов в традиционном обществе.
2. Какая функция культуры связана с передачей социального опыта от поколения к поколению?
 - а) гносеологическая;
 - б) аксиологическая;
 - в) трансляционная (информационная);
 - г) семиотическая.
3. Термин «артефакт» в культурологии обозначает:
 - а) любой природный объект, используемый человеком;
 - б) искусственно созданный объект, несущий культурный смысл;
 - в) произведение искусства, утратившее авторство;

г) символ, имеющий сакральное значение.

4. Кто из мыслителей рассматривал культуру как «систему символов и значений»?

а) З. Фрейд;

б) К. Маркс;

в) К. Леви-Стросс;

г) О. Шпенглер.

5. Понятие «осевое время» ввёл:

а) А. Тойнби;

б) К. Ясперс;

в) П. Сорокин;

г) Н. Данилевский.

6. Первобытная форма религии, основанная на вере в сверхъестественную связь между человеческим родом и определённым видом животных или растений:

а) фетишизм;

б) анимизм;

в) тотемизм;

г) магия.

7. Какой древнегреческий ордер является самым простым и массивным?

а) ионический;

б) коринфский;

в) дорический;

г) тосканский.

8. Пантеон в Риме был построен в период правления:

а) Октавиана Августа;

б) Нерона;

в) Адриана;

г) Константина Великого.

9. Византийская иконопись строится на принципе:

- а) прямой линейной перспективы;
- б) обратной перспективы;
- в) воздушной перспективы;
- г) сферической перспективы.

10. Какой архитектурный стиль господствовал в Западной Европе в XI–XII веках?

- а) готика;
- б) романский;
- в) ренессанс;
- г) барокко.

11. Кто является автором фрески «Тайная вечеря»?

- а) Рафаэль Санти;
- б) Микеланджело Буонарроти;
- в) Леонардо да Винчи;
- г) Сандро Боттичелли.

12. Художественный стиль, для которого характерны динамизм, контрастность, пышность форм и декоративность:

- а) классицизм;
- б) барокко;
- в) рококо;
- г) ампи́р.

13. Кто из русских художников является автором картины «Последний день Помпеи»?

- а) И. Е. Репин;
- б) В. И. Суриков;
- в) К. П. Брюллов;
- г) А. А. Иванов.

14. Направление в искусстве конца XIX – начала XX века, основанное на передаче мгновенного впечатления, света и цвета:

- а) экспрессионизм;
- б) импрессионизм;
- в) символизм;
- г) кубизм.

15. К какому художественному течению относится творчество Пабло Пикассо периода «Авиньонских девиц»?

- а) сюрреализм;
- б) фовизм;
- в) кубизм;
- г) дадаизм.

16. Автор балета «Весна священная»:

- а) П. И. Чайковский;
- б) С. С. Прокофьев;
- в) И. Ф. Стравинский;
- г) Д. Д. Шостакович.

17. Понятие «массовая культура» впервые стало объектом систематического изучения в трудах:

- а) Х. Ортеги-и-Гассета;
- б) М. Вебера;
- в) Э. Дюркгейма;
- г) Г. Зиммеля.

18. Что из перечисленного относится к элитарной культуре?

- а) телесериал;
- б) симфоническая музыка Шостаковича;
- в) поп-музыка;
- г) фольклорный танец.

19. Субкультура — это:

- а) культура, противостоящая господствующей и стремящаяся её разрушить;

б) автономное культурное образование внутри доминирующей культуры, отличающееся нормами и ценностями;

в) культура социальной элиты;

г) региональный вариант общенациональной культуры.

20. Основным нормативным документом, регулирующим деятельность в сфере культуры в Российской Федерации:**

а) Закон «О средствах массовой информации»;

б) Основы законодательства Российской Федерации о культуре;

в) Закон «Об образовании в Российской Федерации»;

г) Гражданский кодекс РФ.

21. Какой орган исполнительной власти осуществляет функции по выработке государственной политики в сфере культуры в РФ?

а) Министерство просвещения РФ;

б) Министерство культуры РФ;

в) Министерство цифрового развития РФ;

г) Федеральное агентство по туризму.

22. Что такое «меценатство»?

а) государственное финансирование культуры;

б) благотворительная поддержка деятелей культуры и искусства частными лицами;

в) спонсорство с целью получения прибыли;

г) система грантовой поддержки.

23. Авторское право на произведение искусства возникает:

а) после регистрации в Роспатенте;

б) с момента создания произведения;

в) после опубликования;

г) после нотариального удостоверения.

24. Какой вид искусства объединяет слово, музыку и пластику на сцене?

а) опера;

б) балет;

в) театр;

г) кинематограф.

25. Понятие «художественный образ» в искусстве означает:

а) точную копию реального объекта;

б) форму отражения действительности, обладающую эстетической ценностью и созданную творцом;

в) знак, лишённый смысловой нагрузки;

г) технический приём в живописи.

ЧАСТЬ II. ОТКРЫТЫЕ ВОПРОСЫ

Дайте развёрнутый ответ (2–4 предложения на каждый вопрос). Каждый правильный полный ответ — 3 балла. (15 баллов)

1. Сформулируйте определение понятия «культурная идентичность» и приведите пример её проявления.

2. Назовите три основные черты средневековой культуры Западной Европы и кратко охарактеризуйте одну из них.

3. В чём заключается отличие модернизма от постмодернизма в искусстве? Приведите по одному примеру представителя каждого направления.

4. Что такое «нематериальное культурное наследие»? Приведите два примера объектов нематериального культурного наследия народов России.

5. Каковы основные функции музея в современном обществе? Назовите не менее трёх.

ЧАСТЬ III. ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ

Выполните одно из двух заданий по выбору. (10 баллов)

Задание А. Анализ произведения искусства

Выберите одно известное вам произведение живописи, скульптуры или архитектуры (отечественное или зарубежное, созданное до XX века). Проведите его краткий анализ по следующему плану:

1. Автор, название, время и место создания.

2. Художественный стиль / направление.

3. Основные выразительные средства, использованные автором.

4. Культурно-историческое значение произведения.

Задание Б. Кейс в сфере управления культурой

Представьте, что вы — менеджер небольшого культурного центра в городе с населением 100 тыс. человек. Вам необходимо привлечь молодёжную аудиторию (18–25 лет) на мероприятия. Предложите программу из трёх мероприятий, обоснуйте их актуальность и опишите каналы продвижения. Оцените возможные риски и способы их минимизации.

КЛЮЧИ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ

Часть I. Тестовые задания

№ Ответ № Ответ № Ответ № Ответ № Ответ

1 б 6 в 11 в 16 в 21 б

2 в 7 в 12 б 17 а 22 б

3 б 8 в 13 в 18 б 23 б

4 в 9 б 14 б 19 б 24 в

5 б 10 б 15 в 20 б 25 б

Часть II. Открытые вопросы (примерные ответы)

1. Культурная идентичность — осознание человеком своей принадлежности к определённой культуре, принятие её ценностей, норм, языка и традиций. Пример: идентификация себя как носителя русской культуры через язык, обычаи, историческую память.

2. Черты средневековой культуры: теоцентризм (главенство религии), символизм, традиционализм, корпоративность, дидактизм. Характеристика, например, теоцентризма: все сферы жизни — от науки до искусства — подчинены религиозному мировоззрению, Бог является высшей ценностью и целью познания.

3. Модернизм — совокупность авангардных направлений конца XIX – первой половины XX века, стремящихся к разрыву с традицией, экспериментам с формой (например, П. Пикассо, Дж. Джойс). Постмодернизм — направление второй половины XX века, для которого характерны ирония, цитирование, смешение стилей, отказ от единого смысла (например, У. Эко, Э. Уорхол).

4. Нематериальное культурное наследие — обычаи, формы представления, знания и навыки, признанные сообществами частью их культурного наследия. Примеры: былинный эпос, техника хохломской росписи, обрядовая культура (например, свадебные традиции), фольклорные песни.

5. Функции музея: собирание и хранение культурных ценностей; научно-исследовательская; образовательно-просветительская; воспитательная; коммуникативная; рекреационная. (Достаточно трёх.)

Часть III. Практическое задание

Критерии оценивания:

- Задание А:
 - правильное определение автора, названия, времени и места (2 балла);
 - верное указание стиля/направления (2 балла);
 - анализ выразительных средств (3 балла);
 - обоснование культурно-исторического значения (3 балла).
- Задание Б:
 - соответствие предложенных мероприятий целевой аудитории (3 балла);
 - обоснование актуальности и каналов продвижения (3 балла);
 - анализ рисков и способов их минимизации (4 балла).

Итоговая шкала перевода баллов в оценку

Баллы Оценка

45–50 отлично

35–44 хорошо

25–34 удовлетворительно

менее 25 неудовлетворительно

Определение исходного уровня знаний и представлений студентов о связях с общественностью, коммуникациях и специфике PR в сфере культуры до начала изучения дисциплины.

Форма проведения: письменная работа (тест + открытые вопросы + практическое задание).

Время выполнения: 90 минут.

Максимальный балл: 50.

ЧАСТЬ I. ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ

Выберите один правильный вариант ответа. Каждый правильный ответ — 1 балл. (25 баллов)

1. Связи с общественностью (PR) — это деятельность, направленная на:
 - а) продажу товаров и услуг;
 - б) формирование благоприятного имиджа и взаимопонимания между организацией и общественностью;
 - в) развлечение публики;
 - г) внутренний документооборот.
2. Аббревиатура PR расшифровывается как:
 - а) Personal Relations;
 - б) Public Relations;
 - в) Press Release;
 - г) Private Rights.
3. Что из перечисленного является средством массовой информации?
 - а) личный дневник;
 - б) телевидение;
 - в) дружеская беседа;
 - г) записка.
4. Основная цель рекламы:
 - а) информировать и побуждать к покупке;
 - б) развлекать;
 - в) обучать персонал;
 - г) создавать законы.
5. Имидж организации — это:
 - а) её логотип;
 - б) совокупность представлений и мнений о ней в обществе;
 - в) здание, в котором она находится;
 - г) штатное расписание.
6. Какой из перечисленных каналов коммуникации наиболее популярен среди молодёжи?
 - а) газеты;

- б) радио;
- в) социальные сети;
- г) телеграф.

7. Пресс-релиз — это:

- а) рекламный ролик;
- б) информационное сообщение для СМИ;
- в) внутренняя инструкция;
- г) финансовый отчёт.

8. Что такое целевая аудитория?

- а) все люди на планете;
- б) группа людей, на которую направлена коммуникация;
- в) сотрудники организации;
- г) конкуренты.

9. Какая из перечисленных организаций относится к сфере культуры?

- а) банк;
- б) музей;
- в) завод;
- г) больница.

10. Спонсор культурного мероприятия — это:

- а) человек, который покупает билет;
- б) организация, оказывающая финансовую поддержку в обмен на упоминание;
- в) волонтёр;
- г) критик.

11. Что такое «паблисити»?

- а) платная реклама;
- б) бесплатное упоминание в СМИ;
- в) продажа билетов;
- г) вид искусства.

12. Основной задачей пресс-службы является:
- а) уборка помещения;
 - б) взаимодействие со СМИ и формирование информационного потока;
 - в) продажа сувениров;
 - г) охрана экспонатов.
13. Этичный PR-специалист должен:
- а) распространять ложную информацию;
 - б) скрывать негативные факты любой ценой;
 - в) предоставлять достоверную информацию;
 - г) игнорировать запросы журналистов.
14. Какая социальная сеть наиболее ориентирована на короткие видео?
- а) Facebook;
 - б) TikTok;
 - в) LinkedIn;
 - г) Одноклассники.
15. Что такое «информационный повод»?
- а) скучное событие;
 - б) событие, которое может заинтересовать СМИ;
 - в) секретный документ;
 - г) план мероприятия.
16. Благотворительность отличается от спонсорства тем, что:
- а) не предполагает получения выгоды;
 - б) всегда крупнее;
 - в) запрещена законом;
 - г) осуществляется только государством.
17. Логотип организации относится к:
- а) PR-текстам;
 - б) фирменному стилю;

- в) бухгалтерии;
- г) юридическим документам.

18. Для привлечения посетителей на выставку в колледже культуры лучше всего использовать:

- а) объявление на доске в подъезде;
- б) посты в социальных сетях и афиши;
- в) рассылку писем по обычной почте;
- г) сарафанное радио среди пенсионеров.

19. Что такое «обратная связь» в коммуникации?

- а) ответная реакция аудитории на сообщение;
- б) техническая неисправность;
- в) вид рекламы;
- г) внутренний приказ.

20. Мероприятие, на котором журналистам представляют новую выставку и отвечают на вопросы, называется:

- а) совещание;
- б) пресс-конференция;
- в) банкет;
- г) репетиция.

21. Кто такой «лидер мнений»?

- а) человек, чьё мнение влияет на других;
- б) директор учреждения;
- в) сотрудник охраны;
- г) бухгалтер.

22. Что из перечисленного является примером PR-деятельности в театре?

- а) постановка спектакля;
- б) публикация интервью с режиссёром в газете;
- в) продажа билетов;
- г) уборка сцены.

23. Основной документ, регулирующий деятельность СМИ в РФ, называется:

- а) Закон «О рекламе»;
- б) Закон «О средствах массовой информации»;
- в) Конституция РФ;
- г) Уголовный кодекс.

24. Для оценки эффективности PR-кампании можно использовать:

- а) количество публикаций в СМИ и рост посещаемости;
- б) только мнение директора;
- в) погодные условия;
- г) цвет стен в офисе.

25. Что такое «SMM»?

- а) управление социальными сетями;
- б) вид страхования;
- в) компьютерная программа;
- г) музыкальный жанр.

ЧАСТЬ II. ОТКРЫТЫЕ ВОПРОСЫ

Дайте развёрнутый ответ (2–4 предложения на каждый вопрос). Каждый правильный полный ответ — 3 балла. (15 баллов)

1. Как вы понимаете, что такое связи с общественностью? Для чего они нужны учреждениям культуры?
2. Приведите пример успешного, на ваш взгляд, культурного события (выставки, концерта, фестиваля) в вашем городе или регионе. Почему вы считаете его успешным?
3. Какие каналы коммуникации вы используете для получения информации о культурных событиях?
4. Что такое имидж учреждения культуры? Из чего он складывается?
5. Представьте, что вы работаете в доме культуры и вам нужно привлечь молодёжь на бесплатный мастер-класс по современному танцу. Опишите, как бы вы распространили информацию.

ЧАСТЬ III. ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ

Выполните одно из двух заданий по выбору. (10 баллов)

Задание А. Разработка поста для социальных сетей

Разработайте пост для социальной сети (ВКонтакте) с анонсом мероприятия в вашем колледже (например, отчётный концерт, выставка работ студентов, театральная постановка). Пост должен содержать:

1. Заголовок.
2. Текст (3–5 предложений).
3. Хештеги (не менее трёх).
4. Призыв к действию.
5. Идею для визуального оформления (фото/видео).

Задание Б. Устное представление для журналиста

Вы — волонтер PR-отдела на городском фестивале искусств. К вам подошёл журналист местной газеты и попросил рассказать о фестивале. Составьте короткий текст (5–7 предложений), который вы бы произнесли, чтобы заинтересовать журналиста и читателей: что это за фестиваль, какие события ожидаются, почему его стоит посетить.

КЛЮЧИ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ

Часть I. Тестовые задания

№ Ответ № Ответ № Ответ № Ответ № Ответ

1 б 6 в 11 б 16 а 21 а

2 б 7 б 12 б 17 б 22 б

3 б 8 б 13 в 18 б 23 б

4 а 9 б 14 б 19 а 24 а

5 б 10 б 15 б 20 б 25 а

Часть II. Открытые вопросы (примерные ответы и критерии)

1. Связи с общественностью — это управление коммуникациями между организацией и её аудиториями с целью создания положительного образа и взаимопонимания. Учреждениям культуры PR нужен для привлечения посетителей, информирования о событиях, формирования лояльности и поиска партнёров.

(2 балла — за определение, 1 балл — за объяснение пользы для культуры.)

2. Пример успешного культурного события (оценивается индивидуально). Главное — чтобы студент назвал конкретное событие и обосновал, почему

оно успешно (большое количество посетителей, положительные отзывы, хорошая организация, освещение в СМИ).

(3 балла — если есть конкретный пример и аргументация.)

3. Каналы коммуникации: социальные сети (ВКонтакте), официальные сайты, афиши, рекомендации друзей, местные СМИ.

(3 балла — если названо не менее трёх реальных каналов.)

4. Имидж учреждения культуры — это совокупность представлений, мнений и ассоциаций, которые возникают у людей при упоминании данного учреждения. Складывается из качества услуг, репутации, визуального оформления, отзывов, активности в медиа.

(3 балла — за полный ответ.)

5. Распространение информации: создать яркий пост в соцсетях с фото/видео, разослать анонс в местные паблики, разместить афиши в колледже и близлежащих учебных заведениях, пригласить лидеров мнений (известных танцоров, блогеров).

(3 балла — если предложено не менее двух-трёх конкретных шагов.)

Часть III. Практическое задание

Критерии оценивания:

· Задание А (пост для соцсетей):

- наличие всех требуемых элементов (заголовки, текст, хештеги, призыв, идея визуала) — 2 балла;

- соответствие текста целевой аудитории (студенты, молодёжь) — 3 балла;

- грамотность и креативность — 3 балла;

- призыв к действию побуждает к активности — 2 балла.

· Задание Б (устное представление):

- содержательность (описание фестиваля, событий, уникальности) — 4 балла;

- убедительность и заинтересованность — 3 балла;

- соответствие формату устной речи для журналиста — 3 балла.

Итоговая шкала перевода баллов в оценку

Баллы Оценка

45–50 отлично

35–44 хорошо

25–34 удовлетворительно

менее 25 неудовлетворительно

2.2 Материалы для текущего контроля

Модуль 1. Стратегический менеджмент и управление изменениями в культуре

Кейс «Смена концепции музея»

Краеведческий музей в малом городе хочет стать современным культурным центром, сохранив научную функцию. Директор предлагает внедрить мультимедийные экспозиции, событийные программы и коворкинг. Часть сотрудников старой закалки сопротивляется, считая, что «музей — не развлекательный центр». Учредитель готов поддержать, но требует чёткий стратегический план на 3 года.

Задания:

1. Сформулируйте миссию и видение обновлённого музея.
2. Проведите PEST-анализ (политические, экономические, социальные, технологические факторы) — по 2 фактора на каждую категорию.
3. Разработайте план преодоления сопротивления персонала, используя модель К. Левина «Размораживание — Движение — Замораживание» (опишите конкретные действия для каждого этапа).
4. Предложите 2 ключевых показателя эффективности (KPI) для оценки успеха трансформации через год.

Проверяемые компетенции: стратегическое мышление, управление изменениями, анализ внешней среды, работа с сопротивлением.

Модуль 2. Финансовый менеджмент и бизнес-планирование.

Расчётное задание «Многоканальное финансирование фестиваля»

Уличный театральный фестиваль требует бюджета 800 000 руб. Источники: субсидия муниципалитета — 300 000 руб. (целевая, только на гонорары и аренду), спонсорские средства — 200 000 руб., краудфандинг — планируется собрать 150 000 руб., продажа сувенирной продукции и билетов на VIP-зоны — прогнозная выручка 100 000 руб. Недостающая сумма — 50 000 руб.

Задания:

1. Составьте финансовый план, сведя все источники и статьи расходов (гонорары, аренда, техническое обеспечение, реклама, полиграфия, непредвиденные расходы). Распределите 800 000 руб. по статьям так, чтобы целевые средства использовались строго по назначению.

2. Рассчитайте, сколько необходимо собрать через краудфандинг дополнительно, если выручка от продажи сувениров оказалась на 20% ниже плана.

3. Предложите систему финансовых рисков: 3 риска и способы их минимизации.

Проверяемые компетенции: бюджетирование, диверсификация источников, управление финансовыми рисками.

Модуль 3. Управление персоналом и лидерство в творческих коллективах

Ситуационная задача «Лидер или формальный начальник?»

В театре-студии художественный руководитель — харизматичный режиссёр, которого труппа обожает, но он постоянно срывает сроки сдачи спектаклей, забывает о договорённостях с гастрольными площадками, не контролирует бюджет. Исполнительный директор, напротив, жёсткий администратор, требующий дисциплины и отчётности, из-за чего актёры его недолюбливают.

Задания:

1. Охарактеризуйте тип лидерства каждого из руководителей (по классификации ситуационного лидерства Херси-Бланшара или теории «управленческой решётки» Блейка-Моутон).

2. Какую кадровую перестановку или структурное решение вы предложили бы для баланса творческой свободы и административного порядка? Опишите механизм взаимодействия.

3. Разработайте профиль компетенций идеального менеджера для этой организации (не менее 5 компетенций, включая профессиональные и надпрофессиональные).

Проверяемые компетенции: анализ стилей лидерства, кадровые решения, формирование профиля должности.

Модуль 4. Правовые и этические аспекты менеджмента культуры

Мини-кейс «Авторское право в соцсетях»

Музей современного искусства публикует в Instagram фотографии картин из своей экспозиции без указания авторов и без заключения договоров с художниками. Один из художников требует удалить публикацию и выплатить компенсацию. PR-менеджер утверждает, что это реклама и ничего страшного.

Задания:

1. Какие статьи Гражданского кодекса РФ (часть IV) регулируют данную ситуацию?
2. Какие действия должен предпринять менеджер учреждения, чтобы урегулировать конфликт и предотвратить подобные случаи в будущем?
3. Разработайте краткую памятку для сотрудников музея по использованию изображений произведений искусства в интернете (3-4 пункта).

Проверяемые компетенции: знание основ авторского права, умение предотвращать юридические риски.

Модуль 5. Цифровой менеджмент и инновации в культуре

Проектное задание «Внедрение CRM-системы»

Дворец культуры планирует внедрить CRM-систему для учёта посетителей кружков и покупателей билетов. Руководство ожидает рост продаж абонементов на 25% за счёт персонализированных предложений. Сотрудники старшего возраста опасаются, что «компьютер заменит людей», и саботируют обучение.

Задания:

1. Опишите этапы внедрения CRM с точки зрения управления изменениями (подготовка, запуск, сопровождение).
2. Какие метрики (показатели) необходимо отслеживать до и после внедрения, чтобы оценить эффективность?
3. Предложите программу обучения и мотивации персонала для снижения сопротивления (не менее 3-х мероприятий).

Проверяемые компетенции: управление цифровой трансформацией, работа с сопротивлением, определение KPI.

Материалы структурированы по 6 основным блокам (модулям). Для каждого блока приведены вопросы для подготовки и вариант контрольной работы (тест + практическое задание), что позволяет проводить проверку знаний по завершении изучения соответствующего раздела.

Форма: письменная работа по блокам (тест + практическое задание).

Время на один блок: 45 минут.

Максимальный балл за блок: 20 (10 баллов — тест, 10 баллов — практическое задание).

Оценка за блок:

- 18–20 баллов — «отлично»;
- 14–17 баллов — «хорошо»;
- 10–13 баллов — «удовлетворительно»;
- менее 10 баллов — «неудовлетворительно».

БЛОК 1. ВВЕДЕНИЕ В СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Вопросы для подготовки

1. Дайте определение понятию «связи с общественностью». В чём отличие PR от рекламы и пропаганды?
2. Назовите основные функции PR в современном обществе.
3. Расскажите кратко об истории возникновения и развития PR как профессиональной деятельности.
4. Какие этические принципы лежат в основе работы PR-специалиста?
5. Что такое «общественность» в контексте PR? Приведите примеры групп общественности для учреждения культуры.
6. Почему учреждениям культуры необходима PR-деятельность?

Контрольная работа по блоку 1

Тест (10 баллов)

Выберите один правильный вариант ответа (1 балл за каждый).

1. Термин «public relations» в переводе с английского означает:
 - а) общественные отношения;
 - б) связи с общественностью;
 - в) публичные выступления;
 - г) массовые коммуникации.
2. Основная цель PR-деятельности:
 - а) получение максимальной прибыли;
 - б) формирование гармоничных отношений и взаимопонимания между организацией и её общественностью;
 - в) продажа товаров;
 - г) политическая агитация.
3. Кто считается одним из основоположников современного PR?

- а) Генри Форд;
 - б) Айви Ледбеттер Ли;
 - в) Стив Джобс;
 - г) Уолт Дисней.
4. Отличие PR от рекламы заключается в том, что PR:
- а) всегда платный;
 - б) ориентирован на долгосрочное построение доверия, а не на немедленные продажи;
 - в) использует только телевидение;
 - г) не использует СМИ.
5. Какой из перечисленных принципов НЕ относится к этике PR?
- а) правдивость информации;
 - б) уважение к аудитории;
 - в) распространение слухов для привлечения внимания;
 - г) соблюдение профессиональных стандартов.
6. Группа общественности для музея — это:
- а) только посетители;
 - б) посетители, спонсоры, журналисты, органы власти, сотрудники;
 - в) только сотрудники;
 - г) только спонсоры.
7. PR в сфере культуры помогает:
- а) увеличить посещаемость и сформировать позитивный образ учреждения;
 - б) заменить художественную ценность рекламой;
 - в) сократить штат сотрудников;
 - г) повысить цены на билеты.
8. Пропаганда отличается от PR тем, что:
- а) пропаганда всегда правдива;
 - б) пропаганда направлена на одностороннее воздействие и манипуляцию;
 - в) PR использует только печатные СМИ;

г) пропаганда не использует СМИ.

9. Внутренняя общественность организации — это:

- а) клиенты;
- б) сотрудники;
- в) журналисты;
- г) конкуренты.

10. Первые PR-агентства возникли в:

- а) Древнем Риме;
- б) США в начале XX века;
- в) России в XIX веке;
- г) Англии в XVI веке.

Практическое задание (10 баллов)

Опишите своими словами (5–7 предложений), зачем сельскому дому культуры нужен PR-специалист. Приведите не менее трёх конкретных задач, которые он мог бы решать.

Ключи к тесту:

1 – б; 2 – б; 3 – б; 4 – б; 5 – в; 6 – б; 7 – а; 8 – б; 9 – б; 10 – б.

БЛОК 2. КОММУНИКАЦИИ И ЦЕЛЕВЫЕ АУДИТОРИИ В PR

Вопросы для подготовки

1. Что такое коммуникация? Назовите основные элементы коммуникационного процесса.
2. Какие виды коммуникации вы знаете? Приведите примеры.
3. Что такое целевая аудитория? Как определить целевую аудиторию для культурного проекта?
4. Охарактеризуйте особенности коммуникации с молодёжной аудиторией в сфере культуры.
5. Что такое «обратная связь» и почему она важна в PR?
6. Какие барьеры коммуникации могут возникать при продвижении культурных событий?

Контрольная работа по блоку 2

Тест (10 баллов)

1. Коммуникация — это:
 - а) только передача информации;
 - б) процесс обмена информацией, смыслами и эмоциями между людьми;
 - в) техническое устройство;
 - г) вид искусства.
2. К элементам коммуникационного процесса относятся:
 - а) отправитель, сообщение, канал, получатель, обратная связь;
 - б) только отправитель и получатель;
 - в) только текст;
 - г) только канал.
3. Целевая аудитория — это:
 - а) все население страны;
 - б) группа людей, на которую направлено PR-воздействие;
 - в) сотрудники PR-отдела;
 - г) журналисты.
4. Для привлечения молодёжи в театр наиболее эффективен канал:
 - а) телевидение в прайм-тайм;
 - б) социальные сети с интерактивным контентом;
 - в) газета;
 - г) радио.
5. Пример обратной связи:
 - а) размещение афиши;
 - б) комментарии и отзывы посетителей в соцсетях;
 - в) рассылка пресс-релиза;
 - г) печать билетов.
6. Барьер коммуникации, связанный с непониманием молодёжного сленга, относится к:
 - а) техническим;

- б) семантическим (языковым);
 - в) психологическим;
 - г) физическим.
7. Внутренняя коммуникация в учреждении культуры направлена на:
- а) посетителей;
 - б) сотрудников;
 - в) спонсоров;
 - г) конкурентов.
8. Сегментация аудитории — это:
- а) разделение аудитории на группы по определённым признакам;
 - б) объединение всех в одну группу;
 - в) отказ от коммуникации;
 - г) техническая процедура.
9. Какой признак НЕ используется для сегментации аудитории?
- а) возраст;
 - б) интересы;
 - в) цвет волос;
 - г) место жительства.
10. Для оценки эффективности коммуникации с аудиторией используют:
- а) количество показов и вовлечённость;
 - б) только мнение директора;
 - в) погоду;
 - г) цвет афиши.

Практическое задание (10 баллов)

Определите целевую аудиторию для выставки комиксов в городской библиотеке (возраст, интересы, каналы получения информации). Опишите, как бы вы построили коммуникацию с этой аудиторией (2–3 конкретных шага).

Ключи к тесту:

1 – б; 2 – а; 3 – б; 4 – б; 5 – б; 6 – б; 7 – б; 8 – а; 9 – в; 10 – а.

БЛОК 3. PR-ИНСТРУМЕНТЫ И ТЕХНОЛОГИИ

Вопросы для подготовки

1. Что такое пресс-релиз? Какова его структура?
2. Назовите основные виды PR-текстов (пресс--kit, бэкграундер, факт-лист и др.).
3. Что такое медиа-рилейшнз? Как выстраивать отношения с журналистами?
4. Опишите технологию организации пресс-конференции.
5. Какие специальные события (event) используются в сфере культуры? Приведите примеры.
6. Что такое SMM? Какие социальные сети наиболее эффективны для учреждений культуры?
7. Что такое спичрайтинг и для чего он нужен?

Контрольная работа по блоку 3

Тест (10 баллов)

1. Пресс-релиз — это:
 - а) рекламный буклет;
 - б) информационное сообщение для СМИ о новости;
 - в) внутренний отчёт;
 - г) сценарий мероприятия.
2. Обязательный элемент пресс-релиза:
 - а) смета;
 - б) заголовок и лид;
 - в) фотографии сотрудников;
 - г) список гостей.
3. Медиа-kit обычно содержит:
 - а) только визитку директора;
 - б) пресс-релиз, справочные материалы, фото, программу;
 - в) бухгалтерский баланс;

г) личные письма.

4. Пресс-конференция — это:

а) собрание сотрудников;

б) встреча с журналистами для официального заявления и ответов на вопросы;

в) концерт;

г) банкет для спонсоров.

5. Специальное событие «Ночь музеев» относится к:

а) пресс-турам;

б) event-мероприятиям;

в) пресс-конференциям;

г) презентациям.

6. SMM — это:

а) маркетинг в социальных сетях;

б) вид страхования;

в) компьютерная программа;

г) музыкальный стиль.

7. Для продвижения библиотеки в социальных сетях лучше всего подходит:

а) LinkedIn;

б) ВКонтакте с анонсами, обзорами книг, интерактивами;

в) Tinder;

г) WhatsApp.

8. Спичрайтинг — это:

а) написание речей для руководителя;

б) разработка дизайна;

в) организация экскурсий;

г) продажа билетов.

9. Бэкграундер — это:

а) краткая новость;

- б) справочный материал об организации или проекте;
- в) список контактов;
- г) сценарий мероприятия.

10. Какой из перечисленных PR-инструментов является бесплатным для организации?

- а) публикация пресс-релиза, который заинтересовал журналиста;
- б) покупка рекламной полосы;
- в) оплата поста у блогера;
- г) аренда билборда.

Практическое задание (10 баллов)

Составьте краткий пресс-релиз (5–7 предложений) об открытии фотовыставки «Мой город» в городском культурном центре. Включите заголовок, лид, основную информацию и контакты.

Ключи к тесту:

1 – б; 2 – б; 3 – б; 4 – б; 5 – б; 6 – а; 7 – б; 8 – а; 9 – б; 10 – а.

БЛОК 4. ОСОБЕННОСТИ PR В СФЕРЕ КУЛЬТУРЫ И ИСКУССТВА

Вопросы для подготовки

1. Назовите специфические черты PR-деятельности в учреждениях культуры (музеи, театры, библиотеки, дома культуры).
2. Каковы цели и задачи PR в некоммерческих организациях культуры?
3. Что такое фандрайзинг? Как PR помогает привлекать спонсоров и меценатов?
4. Опишите особенности взаимодействия учреждений культуры с местным сообществом.
5. Какие информационные поводы можно создавать в учреждениях культуры?
6. Приведите примеры успешных PR-кампаний в сфере культуры (в России или за рубежом).

Контрольная работа по блоку 4

Тест (10 баллов)

1. Основная цель PR в государственном музее:
 - а) получение максимальной прибыли;

- б) выполнение социальной миссии и привлечение посетителей;
 - в) продажа сувениров;
 - г) сокращение персонала.
2. Фандрайзинг — это:
- а) организация выставок;
 - б) привлечение средств на культурные проекты;
 - в) продажа билетов;
 - г) внутренний учёт.
3. Спонсор культурного события, в отличие от мецената, ожидает:
- а) полной анонимности;
 - б) упоминания своего бренда;
 - в) налоговых льгот;
 - г) ничего.
4. Какой информационный повод подходит для сельского клуба?
- а) открытие нового компьютерного класса;
 - б) юбилей народного коллектива;
 - в) закупка штор;
 - г) плановое совещание.
5. PR в некоммерческой организации культуры направлен в первую очередь на:
- а) увеличение продаж;
 - б) формирование общественной поддержки и привлечение ресурсов;
 - в) сокращение расходов;
 - г) увольнение сотрудников.
6. Местное сообщество для дома культуры — это:
- а) только чиновники;
 - б) жители района, общественные организации, школы;
 - в) иногородние туристы;
 - г) журналисты федеральных каналов.

7. Пример успешного PR-события в культуре:
- а) «Ночь музеев»;
 - б) инвентаризация фондов;
 - в) собрание учёного совета;
 - г) закупка оборудования.
8. Специфика PR в библиотеке заключается в:
- а) продвижении чтения и образовательных услуг;
 - б) продаже книг;
 - в) организации банкетов;
 - г) строительстве.
9. Для привлечения спонсоров к фестивалю искусств PR-специалист должен:
- а) подготовить спонсорский пакет с описанием выгод;
 - б) попросить деньги без объяснений;
 - в) скрыть информацию о мероприятии;
 - г) отказаться от сотрудничества.
10. Социальная значимость учреждения культуры в PR-коммуникациях:
- а) не важна;
 - б) является ключевым сообщением для аудитории;
 - в) мешает продвижению;
 - г) интересует только бухгалтерию.

Практическое задание (10 баллов)

Разработайте три информационных повода для районного краеведческого музея, которые могли бы заинтересовать местные СМИ. Для каждого повода укажите, почему он интересен.

Ключи к тесту:

1 – б; 2 – б; 3 – б; 4 – б; 5 – б; 6 – б; 7 – а; 8 – а; 9 – а; 10 – б.

БЛОК 5. ИМИДЖ И БРЕНД УЧРЕЖДЕНИЯ КУЛЬТУРЫ

Вопросы для подготовки

1. Что такое имидж организации? Чем он отличается от бренда?

2. Из каких элементов складывается имидж учреждения культуры?
3. Что такое фирменный стиль? Приведите примеры его элементов.
4. Как формируется бренд учреждения культуры? Приведите пример сильного бренда в сфере культуры.
5. Какова роль PR в формировании и поддержании имиджа?
6. Что такое репутация? Чем она отличается от имиджа?

Контрольная работа по блоку 5

Тест (10 баллов)

1. Имидж организации — это:
 - а) логотип;
 - б) совокупность представлений и оценок в сознании общественности;
 - в) здание;
 - г) штатное расписание.
2. Бренд — это:
 - а) только название;
 - б) уникальный образ, ценности и ассоциации, отличающие организацию от других;
 - в) слоган;
 - г) товарный знак.
3. Фирменный стиль включает:
 - а) логотип, цветовую гамму, шрифты, носители;
 - б) только слоган;
 - в) только визитки;
 - г) только вывеску.
4. Пример сильного бренда в сфере культуры:
 - а) безымянный сельский клуб;
 - б) Большой театр;
 - в) неизвестная галерея;
 - г) склад.

5. Репутация отличается от имиджа тем, что:

- а) это одно и то же;
- б) репутация складывается на основе реального опыта взаимодействия, а имидж может быть поверхностным;
- в) репутация всегда положительная;
- г) имидж важнее.

6. Логотип музея относится к:

- а) PR-текстам;
- б) фирменному стилю;
- в) бухгалтерии;
- г) юридическим документам.

7. Для формирования позитивного имиджа учреждения культуры необходимо:

- а) скрывать недостатки;
- б) работать над качеством услуг, активно коммуницировать, создавать узнаваемый образ;
- в) только сменить вывеску;
- г) уволить персонал.

8. Слоган «Искусство для всех» может быть частью:

- а) миссии и бренда учреждения культуры;
- б) бухгалтерского отчёта;
- в) технического задания;
- г) должностной инструкции.

9. Внутренний имидж организации формируется у:

- а) клиентов;
- б) сотрудников;
- в) конкурентов;
- г) журналистов.

10. Ребрендинг учреждения культуры может понадобиться, если:

- а) изменилась концепция, целевая аудитория или репутация устарела;
- б) всегда;
- в) никогда;
- г) только при смене директора.

Практическое задание (10 баллов)

Опишите, из каких элементов складывается имидж современного молодёжного театра. Предложите три конкретных шага по улучшению его имиджа среди студентов.

Ключи к тесту:

1 – б; 2 – б; 3 – а; 4 – б; 5 – б; 6 – б; 7 – б; 8 – а; 9 – б; 10 – а.

БЛОК 6. КРИЗИСНЫЕ КОММУНИКАЦИИ И ЭТИКА PR

Вопросы для подготовки

1. Что такое кризисные коммуникации? Приведите примеры кризисных ситуаций в сфере культуры.
2. Каковы основные этапы антикризисного реагирования?
3. Сформулируйте правила поведения PR-специалиста в кризисной ситуации.
4. Какие ошибки чаще всего допускают организации при кризисных коммуникациях?
5. Какие этические нормы регулируют деятельность PR-специалиста в России?
6. Почему в кризисной ситуации важна скорость реакции и честность?

Контрольная работа по блоку 6

Тест (10 баллов)

1. Кризисная ситуация в учреждении культуры — это:
 - а) плановое закрытие на ремонт;
 - б) событие, угрожающее репутации, деятельности или безопасности;
 - в) низкая посещаемость;
 - г) смена экспозиции.
2. Первый шаг при возникновении кризиса:
 - а) скрыть информацию;

- б) быстро собрать факты и определить позицию организации;
 - в) обвинить СМИ;
 - г) уволить сотрудников.
3. В кризисной ситуации PR-специалист должен:
- а) молчать;
 - б) предоставлять достоверную информацию и быть на связи с журналистами;
 - в) распространять слухи;
 - г) давать противоречивые комментарии.
4. Ошибка в кризисных коммуникациях:
- а) быстрое информирование;
 - б) игнорирование запросов СМИ;
 - в) признание ошибок;
 - г) назначение ответственного за связь.
5. Этика PR-деятельности предполагает:
- а) манипулирование;
 - б) честность, прозрачность, уважение к аудитории;
 - в) сокрытие всей информации;
 - г) публикацию только положительных отзывов.
6. Если в музее повредили экспонат, правильная реакция:
- а) сообщить о случившемся, объяснить причины и меры;
 - б) сделать вид, что ничего не произошло;
 - в) обвинить посетителей;
 - г) уволить смотрителя.
7. Антикризисный план нужен для:
- а) галочки;
 - б) быстрого и скоординированного реагирования;
 - в) отчёта перед налоговой;
 - г) продажи билетов.

8. Кто должен выступать от лица организации в кризис?

- а) любой сотрудник;
- б) подготовленный представитель (руководитель или PR-специалист);
- в) охранник;
- г) случайный посетитель.

9. Распространение ложной информации в PR:

- а) допустимо ради спасения;
- б) недопустимо и разрушает доверие;
- в) эффективный метод;
- г) не регулируется.

10. После кризиса необходимо:

- а) забыть о нём;
- б) проанализировать ошибки и восстановить репутацию;
- в) уволить всех;
- г) сменить название.

Практическое задание (10 баллов)

В доме культуры за день до концерта отменил выступление приглашённый артист. Посетители уже купили билеты. Опишите ваши действия как PR-специалиста: первые шаги, сообщение для СМИ, меры по сохранению репутации.

Ключи к тесту:

1 – б; 2 – б; 3 – б; 4 – б; 5 – б; 6 – а; 7 – б; 8 – б; 9 – б; 10 – б.

ИТОГОВЫЕ РЕКОМЕНДАЦИИ

- Текущий контроль рекомендуется проводить после изучения каждого блока.
- Вопросы для подготовки выдаются студентам заранее (за 1–2 недели до контрольной).
- Практические задания оцениваются по критериям: соответствие заданию, грамотность, креативность, знание специфики сферы культуры.
- Возможно использование данных материалов для составления итогового теста.

2.3 Материалы для рубежного контроля

Форма: комплексный билет, состоящий из теоретического вопроса, расчётно-аналитического задания и защиты мини-проекта (или развёрнутого кейса). Ниже — примеры билетов.

Структура экзаменационного билета

1. Теоретический вопрос (углублённый уровень).
2. Практическое задание (кейс или расчёт).
3. Защита проектного предложения (студент готовит заранее и защищает).

Пример билета № 1

Вопрос 1.

Стратегическое планирование в учреждениях культуры: сущность, этапы, отличие от оперативного планирования. Охарактеризуйте метод сбалансированной системы показателей (BSC) применительно к театру.

Вопрос 2. Кейс «Диверсификация услуг библиотеки»

Центральная городская библиотека теряет посетителей. Для выживания предлагается открыть на свободных площадях платный коворкинг с кофейней, а также запустить цикл платных образовательных курсов. Консервативная часть коллектива против, считая, что библиотека должна оставаться бесплатной. Муниципальный учредитель не возражает, но требует сохранить основной профиль.

Задания:

- Разработайте бизнес-модель новых услуг (канва Остервальдера) в кратком описании.
- Как юридически оформить платные услуги в бюджетном учреждении?
- Предложите план коммуникации с коллективом для снятия конфликта.

Вопрос 3. Защита мини-проекта (домашняя заготовка)

Студент представляет проект «Культурный кластер в моногороде» или «Фестиваль уличного искусства: от идеи до самоокупаемости». Оценивается: реалистичность, финансовое обоснование, маркетинговая стратегия, учёт рисков, инновационность.

Пример билета № 2

Вопрос 1.

Антикризисное управление в СКД: типы кризисов, индикаторы раннего предупреждения, стратегии выхода. Приведите примеры успешных антикризисных кейсов из российской практики.

Вопрос 2. Расчётно-аналитическое задание «Оптимизация штата»

В ДК, где работает 25 человек, необходимо сократить фонд оплаты труда на 10% без потери качества услуг. Проведите анализ функций подразделений и предложите:

- варианты реорганизации (аутсорсинг, объединение отделов, переквалификация);
- программу высвобождения персонала с соблюдением ТК РФ;
- как сохранить мотивацию оставшихся сотрудников.

Вопрос 3. Защита мини-проекта

Проект на тему «Цифровая трансформация сельского клуба: приложения, онлайн-трансляции, виртуальные кружки».

Критерии оценки рубежного контроля (дифференцированный зачёт / экзамен)

Оценка «отлично»

- Теоретический вопрос раскрыт полно, со ссылками на современные концепции и практику, приведены примеры из сферы культуры.
- Практическое задание решено верно, выводы обоснованы, учтены правовые и экономические аспекты, предложены нестандартные, но реализуемые решения.
- Проект детально проработан, содержит все разделы (цель, аудитория, бюджет, план, риски, ожидаемые результаты), презентация уверенная, ответы на вопросы комиссии чёткие.

Оценка «хорошо»

- Теоретический вопрос изложен грамотно, но упущены отдельные нюансы или примеры.
- Практическое задание в целом решено правильно, но есть неточности в расчётах или юридических обоснованиях.
- Проект структурирован, но маркетинговый или финансовый раздел проработан недостаточно глубоко.

Оценка «удовлетворительно»

- Теоретические знания фрагментарны, терминология нарушена.
- Кейс решён с существенными ошибками, отсутствует понимание нормативной базы.
- Проект носит формальный характер, многие разделы пропущены или не обоснованы.

Оценка «неудовлетворительно»

- Студент не владеет базовыми категориями углублённого курса, не может решить практическую задачу, проект не представлен или полностью скопирован.

Цель: проверка уровня усвоения теоретических знаний и практических навыков в области связей с общественностью применительно к учреждениям культуры и искусства.

Форма проведения: письменная работа (тест + открытые вопросы + практическое задание).

Время выполнения: 90 минут.

Максимальный балл: 50.

ЧАСТЬ I. ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ

Выберите один правильный вариант ответа. Каждый правильный ответ — 1 балл. (25 баллов)

1. Связи с общественностью (PR) в сфере культуры — это:
 - а) продажа билетов и сувениров;
 - б) управление коммуникациями между организацией культуры и её аудиториями для формирования позитивного имиджа и взаимопонимания;
 - в) размещение рекламы в газетах;
 - г) организация концертов.
2. Основное отличие PR от рекламы:
 - а) PR всегда платный;
 - б) PR направлен на немедленное увеличение продаж;
 - в) PR стремится к созданию долгосрочных доверительных отношений, часто через неоплачиваемые каналы;
 - г) PR использует только телевидение.
3. Какая группа НЕ является целевой аудиторией для PR-деятельности музея?

- а) посетители;
- б) спонсоры;
- в) конкурирующие коммерческие фирмы;
- г) журналисты.

4. Пресс-релиз — это:

- а) внутренний документ для сотрудников;
- б) официальное сообщение для СМИ о новости или событии;
- в) отчёт о финансовой деятельности;
- г) рекламный буклет.

5. Обязательный элемент пресс-релиза:

- а) биография автора;
- б) заголовок и лид (первый абзац с главной информацией);
- в) список всех сотрудников;
- г) смета мероприятия.

6. Медиа-кит для культурного события включает:

- а) только приглашительные билеты;
- б) пресс-релиз, справочную информацию, фотографии, программу, контакты;
- в) бухгалтерский баланс;
- г) список окладов.

7. Информационный повод — это:

- а) любое событие, способное заинтересовать СМИ и общественность;
- б) рекламный слоган;
- в) распоряжение директора;
- г) история учреждения.

8. Пример информационного повода для галереи:

- а) плановое собрание сотрудников;
- б) открытие выставки известного художника;
- в) закупка канцелярии;

г) ремонт подсобки.

9. Фандрайзинг в сфере культуры — это:

- а) деятельность по привлечению средств на культурные проекты;
- б) продажа сувениров;
- в) распределение бюджета;
- г) аудит.

10. Спонсорство отличается от благотворительности тем, что:

- а) спонсор не получает выгоды;
- б) спонсор ожидает publicity и ассоциации бренда с событием;
- в) благотворительность всегда крупнее;
- г) спонсорство запрещено.

11. Имидж учреждения культуры — это:

- а) логотип и фирменный стиль;
- б) совокупность представлений и оценок в сознании общественности;
- в) здание учреждения;
- г) количество сотрудников.

12. Кризисные коммуникации в сфере культуры чаще связаны с:

- а) ростом посещаемости;
- б) отменой мероприятий, скандалами вокруг экспонатов, негативными отзывами;
- в) наймом персонала;
- г) выпуском отчёта.

13. Наиболее эффективный канал для привлечения молодёжи в театр:

- а) официальный сайт;
- б) социальные сети с интерактивным контентом;
- в) email-рассылка;
- г) доска объявлений.

14. Основная цель пресс-конференции:

- а) развлечение журналистов;

б) предоставление официальной информации от первых лиц и ответы на вопросы;

в) продажа билетов;

г) подписание приказов.

15. Паблисити — это:

а) платная реклама;

б) бесплатное упоминание в СМИ, инициированное PR-службой;

в) коммерческая тайна;

г) судебный иск.

16. Лидеры мнений в сфере культуры — это:

а) чиновники;

б) известные деятели искусства, критики, блогеры, влияющие на аудиторию;

в) сотрудники PR-отдела;

г) охранники.

17. Внутренний PR направлен на:

а) формирование лояльности сотрудников;

б) привлечение туристов;

в) работу с налоговой;

г) продвижение за рубежом.

18. Что НЕ является показателем эффективности PR-кампании?

а) количество публикаций;

б) рост посещаемости;

в) узнаваемость бренда;

г) количество сотрудников в отпуске.

19. Спичрайтинг — это:

а) написание речей для руководителей;

б) дизайн афиши;

в) организация экскурсий;

- г) ведение бухгалтерии.
20. Какой закон регулирует деятельность СМИ в РФ?
- а) Закон «О рекламе»;
 - б) Закон «О средствах массовой информации»;
 - в) Гражданский кодекс;
 - г) Трудовой кодекс.
21. Первый шаг при разработке PR-кампании:
- а) заказ сувениров;
 - б) определение целей, задач и целевой аудитории;
 - в) наём охраны;
 - г) снижение цен.
22. Бренд учреждения культуры — это:
- а) только название и логотип;
 - б) совокупность уникальных характеристик, ценностей и ассоциаций;
 - в) здание и интерьер;
 - г) коллекция экспонатов.
23. Пример специального события в культуре:
- а) совещание;
 - б) «Ночь музеев»;
 - в) квартальный отчёт;
 - г) инвентаризация.
24. Этический принцип PR требует:
- а) распространения недостоверной информации;
 - б) правдивости и уважения к аудитории;
 - в) игнорирования запросов СМИ;
 - г) публикации только положительных отзывов.
25. Анонс предстоящего концерта, разосланный в редакции, — это:
- а) пресс-релиз;

- б) бэкграундер;
- в) факт-лист;
- г) заявление.

ЧАСТЬ II. ОТКРЫТЫЕ ВОПРОСЫ

Дайте развёрнутый ответ (2–4 предложения на каждый вопрос). Каждый полный правильный ответ — 3 балла. (15 баллов)

1. Перечислите основные этапы разработки PR-кампании для премьеры спектакля в драматическом театре.
2. Назовите не менее трёх каналов коммуникации для продвижения выставки современного искусства среди молодёжи и обоснуйте выбор.
3. В чём отличие PR-деятельности в бюджетном учреждении культуры (государственный музей) от PR в коммерческой организации (частная галерея)?
4. Назовите не менее четырёх функций пресс-службы учреждения культуры.
5. Приведите три примера информационных поводов для привлечения внимания СМИ к небольшому краеведческому музею.

ЧАСТЬ III. ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ

Выполните одно из двух заданий по выбору. (10 баллов)

Задание А. Разработка PR-плана

Вы — PR-менеджер городской филармонии. Необходимо организовать информационное сопровождение юбилейного концерта к 80-летию учреждения. Составьте краткий PR-план, включающий:

1. Цели и задачи кампании.
2. Ключевые целевые аудитории.
3. Основные сообщения (месседжи).
4. Инструменты и каналы (не менее пяти).
5. Показатели оценки эффективности (KPI).

Задание Б. Антикризисные коммуникации

В художественном музее за неделю до открытия выставки один из экспонатов был случайно повреждён сотрудником при монтаже. Информация попала в соцсети и вызвала негатив. Опишите ваши действия как PR-специалиста:

1. Первоочередные шаги в первые часы.

2. Ключевые сообщения для разных аудиторий (СМИ, посетители, партнёры, сотрудники).

3. Каналы коммуникации.

4. Меры по восстановлению репутации.

КЛЮЧИ К ТЕСТОВОЙ ЧАСТИ

1 – б

2 – в

3 – в

4 – б

5 – б

6 – б

7 – а

8 – б

9 – а

10 – б

11 – б

12 – б

13 – б

14 – б

15 – б

16 – б

17 – а

18 – г

19 – а

20 – б

21 – б

22 – б

23 – б

24 – б

25 – а

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ

Открытые вопросы (Часть II)

Каждый вопрос оценивается от 0 до 3 баллов:

- 3 балла — полный, развёрнутый ответ с примерами, соответствующий специфике сферы культуры;
- 2 балла — ответ правильный, но недостаточно полный или без примеров;
- 1 балл — ответ частично верный, имеются неточности;
- 0 баллов — ответ отсутствует или полностью неверный.

Практическое задание (Часть III)

Задание А (PR-план):

- корректность постановки целей и задач — 2 балла;
- точность определения целевых аудиторий — 2 балла;
- адекватность ключевых сообщений — 2 балла;
- разнообразие и обоснованность инструментов — 2 балла;
- наличие измеримых KPI — 2 балла.

Задание Б (Антикризисные коммуникации):

- оперативность и адекватность первых шагов — 3 балла;
- соответствие сообщений разным аудиториям — 3 балла;
- правильный выбор каналов — 2 балла;
- продуманность мер по восстановлению репутации — 2 балла.

ИТОГОВАЯ ШКАЛА ПЕРЕВОДА БАЛЛОВ В ОЦЕНКУ

45–50 баллов — «отлично»

35–44 балла — «хорошо»

25–34 балла — «удовлетворительно»

менее 25 баллов — «неудовлетворительно»

3. Оценочные материалы для промежуточной аттестации

Форма промежуточной аттестации: контрольный урок (письменная контрольная работа).

Цель: проверка уровня сформированности знаний, умений и практических навыков в области менеджмента применительно к учреждениям культуры и искусства.

Время выполнения: 90 минут.

Максимальный балл: 50.

Структура работы:

- Часть I. Тестовые задания (25 вопросов) — 25 баллов;
- Часть II. Открытые вопросы (5 вопросов) — 15 баллов;
- Часть III. Практическое задание (1 на выбор) — 10 баллов.

1. ЧАСТЬ I. ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ

Выберите один правильный вариант ответа. Каждый правильный ответ — 1 балл.

1. Менеджмент — это:

- а) искусство управления;
- б) наука и практика управления организацией в условиях рынка;
- в) контроль за исполнением;
- г) планирование.

2. Основная цель менеджмента в учреждении культуры:

- а) получение максимальной прибыли;
- б) эффективное использование ресурсов для достижения целей организации;
- в) развлечение посетителей;
- г) увеличение штата.

3. Кто считается основоположником научного менеджмента?

- а) А. Файоль;
- б) Ф. Тейлор;
- в) Э. Мэйо;
- г) М. Вебер.

4. Какая функция менеджмента отвечает на вопрос «Что делать?»

- а) мотивация;

- б) планирование;
 - в) контроль;
 - г) координация.
5. Организационная структура учреждения культуры отражает:
- а) распределение задач, полномочий и ответственности;
 - б) только штатное расписание;
 - в) дизайн помещений;
 - г) расписание мероприятий.
6. Мотивация персонала — это:
- а) наказание за ошибки;
 - б) побуждение сотрудников к эффективной деятельности;
 - в) контроль рабочего времени;
 - г) подбор кадров.
7. Внутренняя среда организации включает:
- а) политические факторы;
 - б) экономику страны;
 - в) персонал, цели, задачи, технологию, структуру;
 - г) конкурентов.
8. SWOT-анализ используется для:
- а) оценки сильных и слабых сторон, возможностей и угроз;
 - б) расчёта зарплаты;
 - в) подбора персонала;
 - г) составления расписания.
9. Какой стиль руководства предполагает единоличное принятие решений?
- а) демократический;
 - б) авторитарный;
 - в) либеральный;
 - г) коллегиальный.

10. Контроль в менеджменте — это:

- а) наказание;
- б) процесс сопоставления фактических результатов с плановыми;
- в) планирование;
- г) подбор кадров.

11. Миссия организации культуры — это:

- а) перечень услуг;
- б) смысл существования, социальное предназначение;
- в) годовой отчёт;
- г) штатное расписание.

12. Что относится к внешней среде косвенного воздействия?

- а) поставщики;
- б) потребители;
- в) экономические и политические факторы;
- г) конкуренты.

13. Делегирование полномочий — это:

- а) передача задач и прав подчинённым;
- б) отказ от ответственности;
- в) увольнение;
- г) контроль каждого шага.

14. Функция организации в менеджменте включает:

- а) определение целей;
- б) распределение ресурсов и координацию действий;
- в) оценку результатов;
- г) стимулирование.

15. К видам мотивации относится:

- а) только заработная плата;
- б) материальная и нематериальная;

- в) только похвала;
 - г) только премии.
16. Решение, принятое руководителем единолично, является:
- а) коллегиальным;
 - б) индивидуальным;
 - в) коллективным;
 - г) случайным.
17. Что такое «текущий контроль»?
- а) контроль после завершения работ;
 - б) контроль в ходе выполнения работы;
 - в) контроль до начала работ;
 - г) контроль раз в год.
18. К функциям менеджмента НЕ относится:
- а) планирование;
 - б) организация;
 - в) мотивация;
 - г) увольнение.
19. Лидерство в менеджменте — это:
- а) должность;
 - б) способность влиять на людей для достижения целей;
 - в) контроль;
 - г) планирование.
20. Организационная культура учреждения культуры включает:
- а) только логотип;
 - б) ценности, нормы, традиции, стиль общения;
 - в) только униформу;
 - г) только название.
21. Какой документ определяет структуру и штатную численность?

- а) устав;
- б) штатное расписание;
- в) приказ;
- г) договор.

22. Бюджет учреждения культуры — это:

- а) только расходы;
- б) финансовый план доходов и расходов;
- в) только доходы;
- г) список сотрудников.

23. Менеджер в сфере культуры должен:

- а) только знать искусство;
- б) сочетать знание специфики культуры и управленческие компетенции;
- в) только управлять;
- г) ничего не знать.

24. Что такое «риск» в менеджменте?

- а) гарантированный убыток;
- б) возможность отклонения от ожидаемого результата;
- в) всегда положительное явление;
- г) отсутствие плана.

25. Стратегическое планирование в учреждении культуры направлено на:

- а) решение текущих задач;
- б) определение долгосрочных целей и путей развития;
- в) составление расписания на неделю;
- г) подбор персонала.

2. ЧАСТЬ II. ОТКРЫТЫЕ ВОПРОСЫ

Дайте развёрнутый ответ (2–4 предложения). Каждый полный правильный ответ — 3 балла.

1. Перечислите основные функции менеджмента и кратко охарактеризуйте одну из них.

2. Что такое миссия организации культуры? Приведите пример миссии для музея или дома культуры.
3. Назовите не менее трёх методов мотивации персонала в учреждении культуры.
4. В чём отличие стратегического планирования от оперативного?
5. Какие качества необходимы менеджеру в сфере культуры и искусства? Назовите не менее трёх.

3. ЧАСТЬ III. ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ

Выполните одно из двух заданий по выбору. (10 баллов)

Задание А. Разработка плана мероприятия

Вы — менеджер районного дома культуры. Вам необходимо организовать праздник «День города» на открытой площадке. Составьте краткий план мероприятия, включающий:

1. Цели и задачи.
2. Основные этапы подготовки (не менее четырёх).
3. Распределение обязанностей между сотрудниками (кто за что отвечает).
4. Необходимые ресурсы (материальные, человеческие, финансовые).
5. Способы контроля за подготовкой.

Задание Б. Анализ ситуации

В коллективе учреждения культуры (театральная студия) возник конфликт между художественным руководителем и администратором по поводу распределения бюджета на новую постановку. Как менеджер вы должны разрешить ситуацию. Опишите:

1. Ваши действия по выяснению причин конфликта.
2. Возможные варианты решения.
3. Какой вариант вы выберете и почему.
4. Как предотвратить подобные конфликты в будущем.

5. КЛЮЧИ К ТЕСТОВОЙ ЧАСТИ

1 – 6

2 – 6

3 – б

4 – б

5 – а

6 – б

7 – в

8 – а

9 – б

10 – б

11 – б

12 – в

13 – а

14 – б

15 – б

16 – б

17 – б

18 – г

19 – б

20 – б

21 – б

22 – б

23 – б

24 – б

25 – б

5. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ

Часть I. Тестовые задания

Каждый правильный ответ — 1 балл. Максимум — 25 баллов.

Часть II. Открытые вопросы

Каждый вопрос оценивается от 0 до 3 баллов:

- 3 балла — полный развёрнутый ответ, соответствующий специфике сферы культуры, приведены примеры;
- 2 балла — ответ правильный, но недостаточно полный или без примеров;
- 1 балл — ответ частично верный, имеются неточности;
- 0 баллов — ответ отсутствует или полностью неверный.

Часть III. Практическое задание

Задание А (план мероприятия):

- корректность постановки целей и задач — 2 балла;
- наличие и логика этапов подготовки — 2 балла;
- распределение обязанностей — 2 балла;
- определение ресурсов — 2 балла;
- наличие способов контроля — 2 балла.

Задание Б (анализ ситуации):

- выяснение причин конфликта — 3 балла;
- предложение вариантов решения — 3 балла;
- обоснование выбранного варианта — 2 балла;
- меры профилактики — 2 балла.

6. ИТОГОВАЯ ШКАЛА ПЕРЕВОДА БАЛЛОВ В ОЦЕНКУ

45–50 баллов — «отлично»

35–44 балла — «хорошо»

25–34 балла — «удовлетворительно»

менее 25 баллов — «неудовлетворительно»

- 2 теоретических вопроса (по разным разделам дисциплины);
- 1 практическое задание (анализ ситуации или разработка мини-проекта).

Время на подготовку: 30–40 минут.

Максимальный балл за экзамен: 50 баллов.

Оценка выставляется по пятибалльной шкале с учётом качества ответов на все вопросы билета.

1. ПЕРЕЧЕНЬ ТЕОРЕТИЧЕСКИХ ВОПРОСОВ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ

Раздел 1. Введение в связи с общественностью

1. Понятие, цели и функции связей с общественностью.
2. История возникновения и развития PR как профессиональной деятельности.
3. Отличие PR от рекламы, пропаганды и маркетинга.
4. Этические принципы и правовые основы PR-деятельности в России.
5. Понятие «общественность» в PR. Классификация групп общественности.
6. Роль PR в учреждениях культуры и искусства.

Раздел 2. Коммуникации и целевые аудитории

7. Понятие коммуникации. Элементы коммуникационного процесса.
8. Виды коммуникаций: внутренние и внешние, формальные и неформальные.
9. Целевая аудитория: определение, сегментация, особенности работы.
10. Особенности коммуникации с молодёжной аудиторией в сфере культуры.
11. Барьеры коммуникации и способы их преодоления.
12. Обратная связь в PR-деятельности: значение и методы получения.

Раздел 3. PR-инструменты и технологии

13. Пресс-релиз: понятие, структура, правила составления.
14. Виды PR-текстов: бэкграундер, факт-лист, медиа--kit, заявление.
15. Медиа-рилейшнз: принципы взаимодействия со СМИ.
16. Пресс-конференция: подготовка, проведение, оценка эффективности.
17. Специальные события (event) в сфере культуры: виды и организация.
18. SMM: продвижение учреждений культуры в социальных сетях.
19. Спичрайтинг: подготовка публичных выступлений руководителя.

Раздел 4. Особенности PR в сфере культуры и искусства

20. Специфика PR-деятельности в музеях, театрах, библиотеках, домах культуры.
21. PR в некоммерческих организациях культуры: цели и задачи.

22. Фандрайзинг: технологии привлечения средств в культурные проекты.
23. Спонсорство и благотворительность в сфере культуры.
24. Информационные поводы в учреждениях культуры: поиск и создание.
25. Взаимодействие учреждений культуры с местным сообществом.

Раздел 5. Имидж и бренд учреждения культуры

26. Имидж организации: понятие, структура, методы формирования.
27. Бренд учреждения культуры: отличия от имиджа, этапы создания.
28. Фирменный стиль: элементы и значение для учреждения культуры.
29. Репутация: формирование, поддержание, отличие от имиджа.
30. Ребрендинг в сфере культуры: причины и этапы.

Раздел 6. Кризисные коммуникации и этика PR

31. Кризисные ситуации в сфере культуры: виды и причины.
32. Антикризисное реагирование: этапы и правила.
33. Ошибки кризисных коммуникаций и их последствия.
34. Этика PR-специалиста: профессиональные кодексы и нормы.
35. Правовое регулирование PR-деятельности в РФ.

2. ПРИМЕРНЫЕ ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЕ БИЛЕТЫ

Билет № 1

Теоретические вопросы:

1. Понятие, цели и функции связей с общественностью.
2. Пресс-релиз: структура и правила составления.

Практическое задание:

Вы — PR-менеджер городского театра. Подготовьте план информационного сопровождения премьеры нового спектакля для молодёжной аудитории (цели, каналы, ключевые сообщения).

Билет № 2

Теоретические вопросы:

1. История возникновения и развития PR.
2. Специфика PR-деятельности в музеях.

Практическое задание:

Разработайте три информационных повода для краеведческого музея, которые могут заинтересовать местные СМИ. Обоснуйте каждый повод.

Билет № 3

Теоретические вопросы:

1. Отличие PR от рекламы и пропаганды.
2. Фандрайзинг в сфере культуры.

Практическое задание:

Составьте пресс-релиз об открытии выставки современного искусства в городской галерее (заголовок, лид, основная часть, контакты).

Билет № 4

Теоретические вопросы:

1. Целевая аудитория: сегментация и методы работы.
2. Имидж учреждения культуры: структура и формирование.

Практическое задание:

Опишите, как бы вы продвигали бесплатный мастер-класс по современному танцу для молодёжи в доме культуры. Укажите каналы и сообщения.

Билет № 5

Теоретические вопросы:

1. SMM в сфере культуры: инструменты и площадки.
2. Кризисные коммуникации: этапы реагирования.

Практическое задание:

В музее за день до открытия выставки повредили экспонат. Информация попала в соцсети. Опишите ваши действия как PR-специалиста.

Билет № 6

Теоретические вопросы:

1. Медиа-рилейшнз: принципы работы с журналистами.
2. Спонсорство и благотворительность в культуре.

Практическое задание:

Разработайте спонсорский пакет для фестиваля уличного искусства (основные разделы и предложения для спонсора).

Билет № 7

Теоретические вопросы:

1. Специальные события (event) в культуре.
2. Этика PR-специалиста.

Практическое задание:

Предложите план проведения «Ночи искусств» в библиотеке: формат, участники, способы информирования.

Билет № 8

Теоретические вопросы:

1. Бренд учреждения культуры: понятие и этапы создания.
2. Пресс-конференция: подготовка и проведение.

Практическое задание:

Опишите, как бы вы организовали пресс-конференцию, посвящённую юбилею филармонии. Кого пригласить, какие материалы подготовить?

Билет № 9

Теоретические вопросы:

1. Коммуникационные барьеры и способы их преодоления.
2. PR в некоммерческих организациях культуры.

Практическое задание:

Составьте контент-план для социальных сетей театра на неделю (не менее 5 постов с темами и форматами).

Билет № 10

Теоретические вопросы:

1. Спичрайтинг: особенности подготовки публичных выступлений.
2. Репутация учреждения культуры: формирование и защита.

Практическое задание:

Напишите тезисы речи директора дома культуры на открытии городского фестиваля народного творчества (основные идеи, приветствие, призыв).

3. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ОТВЕТА НА ЭКЗАМЕНЕ

Оценка теоретических вопросов (каждый вопрос — до 15 баллов)

- 13–15 баллов — вопрос раскрыт полностью, студент демонстрирует глубокое понимание материала, приводит примеры из сферы культуры, ответ логичен и структурирован.
- 10–12 баллов — вопрос раскрыт в основном, но имеются незначительные неточности или недостаточно примеров.
- 7–9 баллов — ответ неполный, допущены ошибки в терминологии, слабая связь с практикой.
- 4–6 баллов — ответ фрагментарный, отсутствует системное понимание темы.
- 1–3 балла — ответ содержит лишь общие фразы, не отражающие суть вопроса.
- 0 баллов — ответ отсутствует или полностью неверный.

Оценка практического задания (до 20 баллов)

- 17–20 баллов — задание выполнено полностью, предложенные решения обоснованы, креативны, соответствуют целям и аудитории, учтена специфика учреждения культуры.
- 13–16 баллов — задание выполнено, но есть отдельные недочёты в обосновании или выборе инструментов.
- 9–12 баллов — задание выполнено частично, предложенные меры шаблонны, слабо учитывают специфику.
- 5–8 баллов — задание выполнено фрагментарно, отсутствует логика и обоснование.
- 1–4 балла — задание не выполнено, но есть попытка обозначить проблему.
- 0 баллов — ответ отсутствует.

Итоговая оценка (максимум 50 баллов)

- 45–50 баллов — «отлично»
- 35–44 балла — «хорошо»
- 25–34 балла — «удовлетворительно»
- менее 25 баллов — «неудовлетворительно»

5. РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПРОВЕДЕНИЮ ЭКЗАМЕНА

1. Экзамен проводится в устной форме по билетам. Студент вытягивает билет, готовится 30–40 минут, затем отвечает перед комиссией.
2. При подготовке разрешается пользоваться программой дисциплины и конспектами лекций (если это предусмотрено положением образовательной организации).
3. Преподаватель вправе задавать уточняющие вопросы по темам билета, а также дополнительные вопросы в рамках программы, если ответ студента недостаточно полный.
4. Оценка объявляется после завершения ответа с краткой аргументацией.

3.1 Задания на проверку основного содержания дисциплины

РАЗДЕЛ 1. ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ

Выберите один правильный вариант ответа.

1. Менеджмент — это:
 - а) искусство управления людьми;
 - б) наука и практика управления организацией в условиях рыночной экономики;
 - в) контроль за исполнением приказов;
 - г) планирование работы.
2. Основная цель менеджмента в учреждении культуры:
 - а) получение максимальной прибыли;
 - б) эффективное использование ресурсов для достижения целей организации;
 - в) развлечение посетителей;
 - г) увеличение штата сотрудников.
3. Кто считается основоположником научного менеджмента?
 - а) Анри Файоль;
 - б) Фредерик Тейлор;
 - в) Элтон Мэйо;
 - г) Макс Вебер.
4. Какая функция менеджмента отвечает на вопрос «Что делать?»

- а) мотивация;
 - б) планирование;
 - в) контроль;
 - г) координация.
5. Организационная структура учреждения культуры отражает:
- а) распределение задач, полномочий и ответственности;
 - б) только штатное расписание;
 - в) дизайн помещений;
 - г) расписание мероприятий.
6. Мотивация персонала — это:
- а) наказание за ошибки;
 - б) побуждение сотрудников к эффективной деятельности;
 - в) контроль рабочего времени;
 - г) подбор кадров.
7. Внутренняя среда организации включает:
- а) политические факторы;
 - б) экономику страны;
 - в) персонал, цели, задачи, технологию, структуру;
 - г) конкурентов.
8. SWOT-анализ используется для:
- а) оценки сильных и слабых сторон, возможностей и угроз;
 - б) расчёта заработной платы;
 - в) подбора персонала;
 - г) составления расписания.
9. Какой стиль руководства предполагает единоличное принятие решений?
- а) демократический;
 - б) авторитарный;
 - в) либеральный;

г) коллегиальный.

10. Контроль в менеджменте — это:

- а) наказание сотрудников;
- б) процесс сопоставления фактических результатов с плановыми;
- в) планирование;
- г) подбор кадров.

11. Миссия организации культуры — это:

- а) перечень услуг;
- б) смысл существования, социальное предназначение;
- в) годовой отчёт;
- г) штатное расписание.

12. Что относится к внешней среде косвенного воздействия?

- а) поставщики;
- б) потребители;
- в) экономические и политические факторы;
- г) конкуренты.

13. Делегирование полномочий — это:

- а) передача задач и прав подчинённым;
- б) отказ от ответственности;
- в) увольнение сотрудников;
- г) контроль каждого шага.

14. Функция организации в менеджменте включает:

- а) определение целей;
- б) распределение ресурсов и координацию действий;
- в) оценку результатов;
- г) стимулирование.

15. К видам мотивации относится:

- а) только заработная плата;

- б) материальная и нематериальная;
- в) только похвала;
- г) только премии.

16. Решение, принятое руководителем единолично, является:

- а) коллегиальным;
- б) индивидуальным;
- в) коллективным;
- г) случайным.

17. Что такое «текущий контроль»?

- а) контроль после завершения работ;
- б) контроль в ходе выполнения работы;
- в) контроль до начала работ;
- г) контроль раз в год.

18. К функциям менеджмента НЕ относится:

- а) планирование;
- б) организация;
- в) мотивация;
- г) увольнение.

19. Лидерство в менеджменте — это:

- а) должность;
- б) способность влиять на людей для достижения целей;
- в) контроль;
- г) планирование.

20. Организационная культура учреждения культуры включает:

- а) только логотип;
- б) ценности, нормы, традиции, стиль общения;
- в) только униформу;
- г) только название.

21. Какой документ определяет структуру и штатную численность?

- а) устав;
- б) штатное расписание;
- в) приказ;
- г) договор.

22. Бюджет учреждения культуры — это:

- а) только расходы;
- б) финансовый план доходов и расходов;
- в) только доходы;
- г) список сотрудников.

23. Менеджер в сфере культуры должен:

- а) только знать искусство;
- б) сочетать знание специфики культуры и управленческие компетенции;
- в) только управлять;
- г) ничего не знать.

24. Что такое «риск» в менеджменте?

- а) гарантированный убыток;
- б) возможность отклонения от ожидаемого результата;
- в) всегда положительное явление;
- г) отсутствие плана.

25. Стратегическое планирование в учреждении культуры направлено на:

- а) решение текущих задач;
- б) определение долгосрочных целей и путей развития;
- в) составление расписания на неделю;
- г) подбор персонала.

РАЗДЕЛ 2. УСТАНОВЛЕНИЕ СООТВЕТСТВИЯ

Соотнесите термин (цифра) и его определение (буква).

Термины:

1. Планирование
2. Организация
3. Мотивация
4. Контроль
5. Координация

Определения:

- А. Согласование действий сотрудников и подразделений для достижения целей.
- Б. Процесс определения целей и путей их достижения.
- В. Побуждение сотрудников к эффективной деятельности.
- Г. Сопоставление фактических результатов с плановыми.
- Д. Распределение задач, ресурсов и ответственности.

Ответы:

- 1 – Б
- 2 – Д
- 3 – В
- 4 – Г
- 5 – А

РАЗДЕЛ 3. ОТКРЫТЫЕ ВОПРОСЫ

Дайте краткий, но содержательный ответ (2–4 предложения).

1. Перечислите основные функции менеджмента и кратко охарактеризуйте одну из них.
2. Что такое миссия организации культуры? Приведите пример миссии для музея или дома культуры.
3. Назовите не менее трёх методов мотивации персонала в учреждении культуры.
4. В чём отличие стратегического планирования от оперативного?
5. Какие качества необходимы менеджеру в сфере культуры и искусства? Назовите не менее трёх.

РАЗДЕЛ 4. ПРАКТИЧЕСКИЕ МИНИ-КЕЙСЫ

Решите предложенные ситуации.

Кейс 1.

Вы — менеджер районного дома культуры. Вам необходимо организовать праздник «День города» на открытой площадке. Составьте краткий план мероприятия, включающий цели, этапы подготовки (не менее четырёх), распределение обязанностей и способы контроля.

Кейс 2.

В коллективе учреждения культуры (театральная студия) возник конфликт между художественным руководителем и администратором по поводу распределения бюджета на новую постановку. Как менеджер вы должны разрешить ситуацию. Опишите ваши действия по выяснению причин, возможные варианты решения и меры профилактики.

Кейс 3.

Дом культуры планирует расширить аудиторию за счёт молодёжи (18–25 лет). Предложите три управленческих решения, которые помогут достичь этой цели (например, изменение программы мероприятий, работа с персоналом, партнёрства). Обоснуйте.

КЛЮЧИ К ТЕСТОВЫМ ЗАДАНИЯМ

1 – б

2 – б

3 – б

4 – б

5 – а

6 – б

7 – в

8 – а

9 – б

10 – б

11 – б

12 – в

13 – а

14 – б

15 – б

16 – б

17 – б

18 – г

19 – б

20 – б

21 – б

22 – б

23 – б

24 – б

25 – б

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ

Тестовые задания: 1 балл за каждый правильный ответ (максимум 25 баллов).

Установление соответствия: 2 балла за каждую правильную пару (максимум 10 баллов).

Открытые вопросы: до 3 баллов за полный ответ (максимум 15 баллов).

Практические мини-кейсы: до 5 баллов за обоснованное и креативное решение (максимум 15 баллов).

Итого: максимум 65 баллов.

Шкала перевода (для контрольной работы):

- 59–65 — «отлично»
- 46–58 — «хорошо»
- 33–45 — «удовлетворительно»
- менее 33 — «неудовлетворительно»

3.2 Профессионально ориентированные задания для проведения промежуточной аттестации

Ниже представлены профессионально ориентированные задания для промежуточной аттестации по дисциплинам «Основы менеджмента» и «Связи с общественностью». Задания сгруппированы по тематическим блокам, соответствующим основным разделам дисциплин, и моделируют реальные ситуации из практики дизайнера, дизайн-студии или фрилансера.

Задания предназначены для проверки сформированности управленческих и коммуникационных компетенций будущего специалиста в области дизайна. Они охватывают ключевые разделы дисциплин и представляют собой ситуационные задачи (кейсы), максимально приближенные к реальной профессиональной деятельности. Каждое задание содержит описание конкретной ситуации и перечень требований к её решению.

Форма аттестации: контрольный урок, зачёт (письменное или устное выполнение заданий).

Время на выполнение одного задания: 30–40 минут.

Максимальная оценка за задание: 20 баллов.

Итоговая оценка выставляется на основе суммы баллов по нескольким заданиям (обычно 2–3) с переводом в пятибалльную шкалу.

1. БЛОКИ ЗАДАНИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА»

Блок 1. Планирование и организация деятельности дизайн-студии

Задание 1.1. Создание дизайн-студии с нуля

Ситуация:

Вы – дизайнер, решили открыть собственную студию графического дизайна. У вас есть помещение (20 кв. м), стартовый капитал 150 000 рублей, вы работаете один, но планируете нанять двух сотрудников (дизайнера и менеджера по работе с клиентами) через 3 месяца.

Задание:

1. Сформулируйте миссию и цели студии на первый год.
2. Определите организационную структуру (кто за что отвечает).
3. Составьте план подготовки к открытию (этапы, сроки, бюджет).
4. Разработайте перечень необходимого оборудования и программного обеспечения.
5. Предложите систему контроля за выполнением плана.

Задание 1.2. Организация рабочего процесса в дизайн-студии

Ситуация:

Вы – руководитель небольшой студии (5 человек: 3 дизайнера, менеджер, вы). Студия получает заказы на фирменный стиль, полиграфию, веб-дизайн. Часто возникают проблемы с несоблюдением сроков и дублированием задач.

Задание:

1. Разработайте регламент приёма и выполнения заказов (от заявки до сдачи).
2. Предложите систему распределения задач между сотрудниками с учётом их загрузки.
3. Составьте шаблон технического задания для клиента.
4. Определите способы контроля сроков и качества.
5. Опишите, как будете налаживать коммуникацию внутри команды (планёрки, мессенджеры, CRM).

Блок 2. Управление персоналом и мотивация в творческом коллективе

Задание 2.1. Мотивация дизайнеров

Ситуация:

В вашей студии работают 3 дизайнера. Один из них – опытный, но теряет интерес к рутинным задачам; второй – молодой, старательный, но допускает ошибки; третий – талантливый, но необязательный (часто срывает сроки). Вы хотите повысить общую эффективность.

Задание:

1. Проанализируйте потребности каждого сотрудника (по теории мотивации, например, пирамида Маслоу или теория Герцберга).
2. Предложите индивидуальные методы мотивации для каждого дизайнера (материальные и нематериальные).
3. Разработайте систему поощрений и наказаний, учитывающую творческий характер труда.
4. Составьте план бесед с каждым сотрудником.
5. Определите показатели, по которым будете оценивать изменение эффективности.

Задание 2.2. Разрешение конфликта в дизайн-команде

Ситуация:

В студии возник конфликт между двумя дизайнерами: один считает, что второй копирует его идеи, второй утверждает, что это совпадение. Конфликт мешает работе, ухудшился климат в коллективе.

Задание:

1. Опишите действия по выяснению причин конфликта.
2. Предложите варианты разрешения конфликта (не менее трёх).
3. Разработайте правила работы с идеями и авторскими предложениями в студии.
4. Составьте план общего собрания для урегулирования ситуации.
5. Опишите меры профилактики подобных конфликтов.

Блок 3. Управление проектами в дизайне

Задание 3.1. Разработка проекта фирменного стиля

Ситуация:

Ваша студия получила заказ на разработку фирменного стиля для сети кофеен (3 точки в городе). Срок – 1 месяц. Бюджет проекта – 200 000 рублей. В проекте участвуют: вы (руководитель), дизайнер, иллюстратор (фрилансер), верстальщик.

Задание:

1. Составьте план проекта (этапы, сроки, ответственные).
2. Определите ключевые контрольные точки (чек-поинты).
3. Разработайте систему согласования с клиентом (сколько промежуточных показов, как фиксировать правки).
4. Рассчитайте примерный бюджет и распределите его по этапам.
5. Опишите риски (непредвиденные правки, болезнь сотрудника) и способы их минимизации.

Задание 3.2. Срыв сроков по проекту

Ситуация:

Вы ведёте проект по дизайну упаковки. За две недели до сдачи клиент сообщает, что меняет технические требования. Ваш дизайнер уже выполнил 70% работы, переделка потребует ещё 30% времени. При этом срок сдачи остался прежним.

Задание:

1. Проанализируйте ситуацию (причины, последствия).
2. Предложите варианты действий (пересмотр бюджета и сроков, привлечение дополнительных ресурсов, переговоры с клиентом).
3. Составьте план переговоров с клиентом (аргументы, возможные компромиссы).
4. Разработайте обновлённый график работы с учётом новых требований.
5. Опишите, как избежать подобных ситуаций в будущем (договорные условия, резерв времени).

Блок 4. Финансовый менеджмент и маркетинг для дизайнера

Задание 4.1. Финансовое планирование студии

Ситуация:

Ваша студия за прошлый месяц заработала 350 000 рублей. Расходы: аренда – 60 000, зарплата сотрудников – 180 000 (с налогами), материалы и подписки – 30 000, реклама – 15 000, прочее – 20 000. Владелец хочет увеличить прибыль на 20% в следующем квартале.

Задание:

1. Рассчитайте чистую прибыль за месяц.
2. Предложите способы увеличения доходов (не менее трёх).
3. Предложите способы сокращения расходов без потери качества.
4. Составьте примерный финансовый план на следующий квартал.
5. Определите ключевые финансовые показатели для контроля.

Задание 4.2. Маркетинг для дизайн-студии

Ситуация:

Ваша студия специализируется на дизайне интерьеров. Вы хотите привлечь новых клиентов из сегмента частных квартир. Бюджет на маркетинг – 20 000 рублей в месяц.

Задание:

1. Определите целевую аудиторию (пол, возраст, доход, стиль жизни).
2. Разработайте план маркетинговых мероприятий на 3 месяца.
3. Предложите каналы продвижения (интернет, соцсети, партнёрства, выставки).

4. Составьте примерный контент-план для соцсетей на месяц.
5. Определите показатели эффективности (KPI) и способы их измерения.

2. БЛОКИ ЗАДАНИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»

Блок 1. Введение в PR и целевые аудитории дизайн-студии

Задание 1.1. Определение целевых аудиторий и имиджа

Ситуация:

Вы – PR-менеджер в дизайн-студии, которая занимается брендингом для малого бизнеса. Студия существует 2 года, имеет 10 постоянных клиентов, но хочет выйти на рынок среднего бизнеса.

Задание:

1. Определите основные группы общественности (внешние и внутренние).
2. Для каждой группы сформулируйте её интересы и ожидания.
3. Разработайте ключевые сообщения для каждой аудитории.
4. Предложите каналы коммуникации с каждой группой.
5. Опишите, как будете формировать имидж студии как эксперта в брендинге.

Задание 1.2. PR-кампания для фрилансера-дизайнера

Ситуация:

Вы – фрилансер, специализируетесь на дизайне логотипов. У вас небольшое портфолио, мало клиентов. Хотите повысить узнаваемость и привлечь заказчиков. Бюджет – 5 000 рублей.

Задание:

1. Определите целевую аудиторию.
2. Разработайте план PR-продвижения (не менее 4 инструментов).
3. Составьте текст для пресс-релиза о вашей новой услуге (например, «пакет брендинга для стартапов»).
4. Предложите способы взаимодействия с блогерами и СМИ.
5. Определите KPI для оценки результатов.

Блок 2. PR-инструменты в дизайне

Задание 2.1. Пресс-релиз о выставке дизайна

Ситуация:

Ваша студия организует выставку своих работ «Дизайн, который продаёт» в городском арт-пространстве. Открытие через месяц. Вам нужно пригласить СМИ.

Задание:

1. Составьте пресс-релиз (заголовок, лид, основная информация, контакты).
2. Подготовьте список СМИ и журналистов, которым вы отправите пресс-релиз.
3. Разработайте медиа-кит (перечень материалов).
4. Предложите программу мероприятия для журналистов (пресс-показ, интервью).
5. Опишите, как будете отслеживать публикации.

Задание 2.2. Организация специального события

Ситуация:

Вы хотите провести презентацию нового направления студии – дизайн мобильных приложений. Целевая аудитория – владельцы малого бизнеса. Планируете мероприятие на 50 человек.

Задание:

1. Разработайте концепцию мероприятия (формат, программа).
2. Определите бюджет и источники финансирования.
3. Составьте план приглашения гостей (каналы, рассылка, регистрация).
4. Продумайте программу выступлений и демонстраций.
5. Опишите, как будете оценивать успешность события.

Блок 3. PR в продвижении дизайнерских услуг и продуктов

Задание 3.1. Продвижение дизайнерского портфолио

Ситуация:

Молодой дизайнер хочет заявить о себе в профессиональном сообществе. У него есть сильное портфолио, но мало контактов. Бюджет – 3 000 рублей в месяц.

Задание:

1. Разработайте стратегию самопродвижения (цели, инструменты).

2. Предложите площадки для размещения портфолио (Behance, Dribbble, Instagram, сайт).
3. Составьте план участия в конкурсах и выставках.
4. Напишите текст для личного блога о своей работе.
5. Опишите, как будете налаживать связи с потенциальными клиентами и коллегами.

Задание 3.2. PR-кампания для вывода нового продукта

Ситуация:

Ваша студия разработала серию плакатов с авторскими иллюстрациями и планирует продавать их через интернет-магазин. Тираж ограничен (100 экземпляров). Бюджет на PR – 15 000 рублей.

Задание:

1. Определите целевую аудиторию и её интересы.
2. Разработайте ключевые сообщения и легенду продукта.
3. Составьте план PR-продвижения (пресс-релизы, обзоры, соцсети, коллаборации).
4. Предложите 2 нестандартных способа привлечения внимания.
5. Определите метрики успеха (продажи, упоминания, охват).

Блок 4. Кризисные коммуникации и управление репутацией дизайнера/студии

Задание 4.1. Негативный отзыв о работе студии

Ситуация:

В социальных сетях появился негативный пост от клиента: он утверждает, что ваша студия сорвала сроки и предоставила некачественный дизайн. Пост набирает комментарии и репосты.

Задание:

1. Опишите ваши первые действия (в первые часы).
2. Составьте текст официального ответа студии.
3. Разработайте план дальнейших действий (личная коммуникация с клиентом, корректировка процессов).
4. Предложите меры по минимизации репутационных потерь.
5. Опишите, как будете мониторить упоминания в дальнейшем.

Задание 4.2. Отмена выставки за неделю до открытия

Ситуация:

Вы организовали выставку работ студии, но за неделю до открытия площадка сообщила, что не может предоставить помещение (аварийное состояние). Приглашены 100 гостей, СМИ, готовится реклама.

Задание:

1. Опишите антикризисный план (первые шаги, коммуникация с аудиториями).
2. Составьте текст уведомления для гостей и партнёров.
3. Предложите варианты решения (перенос, смена площадки, онлайн-формат).
4. Обоснуйте выбор оптимального варианта.
5. Опишите, как будете восстанавливать доверие после инцидента.

3. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ЗАДАНИЙ

Каждое задание оценивается от 0 до 20 баллов по следующим критериям:

- Полнота выполнения: все указанные пункты раскрыты, решение содержит конкретные шаги (0–5 баллов).
- Профессиональная грамотность: учтена специфика дизайнерской деятельности, использованы корректные термины, предложения реалистичны (0–5 баллов).
- Обоснованность решений: студент аргументирует выбор инструментов, методов, каналов (0–5 баллов).
- Креативность и практическая значимость: предложены нестандартные, но действенные решения, учтены ресурсы и ограничения (0–5 баллов).

Шкала перевода суммы баллов в оценку (при использовании 2–3 заданий):

- 90–100% от максимума — «отлично»
- 70–89% — «хорошо»
- 50–69% — «удовлетворительно»
- менее 50% — «неудовлетворительно»

Данные задания позволяют оценить готовность студента-дизайнера к решению управленческих и коммуникационных задач в профессиональной деятельности.

