

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Рахаев Анатолий Измаилович
Должность: И. о. Ректора
Дата подписания: 04.09.2026 10:06:20
Уникальный программный ключ:
b049feef790cd4b2b0000000000000000

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

Колледж культуры и искусств

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

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

МДК.01.01.07 СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

по специальности

51.02.02 Социально-культурная деятельность

Вид: Организация культурно-досуговой деятельности

Квалификация выпускника:

Менеджер социально-культурной деятельности

Форма обучения – очная

Нальчик, 2026

Оценочные материалы учебной дисциплины «МДК.01.01.07 Связи с общественностью» разработаны на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего общего образования, Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 51.02.02 Социально-культурная деятельность (по видам)

Организация-разработчик: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Северо-Кавказский государственный институт искусств» Колледж культуры и искусств

Обсуждено на заседании
ПЦК

«28» июня 2026г.

протокол №9

Председатель ПЦК

Закаева М.А.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Паспорт оценочных материалов по учебной дисциплине	4
2. Оценочные материалы для входного, текущего и рубежного контроля ...	13
3. Оценочные материалы для промежуточной аттестации	14

1. Паспорт оценочных материалов по учебной дисциплине

Оценочные материалы для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации предназначены для проверки результатов освоения учебной дисциплины МДК.01.01.07 Связи с общественностью. Итоги промежуточной аттестации по дисциплине составлены в соответствии с Федеральным Государственным образовательным стандартом СПО по специальности 51.02.02 Социально-культурная деятельность (по видам).

Результаты освоения учебной дисциплины

Оценочные материалы позволяют следующие результаты в соответствии с требованиями рабочей программы. В результате освоения учебной дисциплины обучающийся:

Код	Наименование общих компетенций
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста
ОК 07	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

Перечень профессиональных компетенций

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
ПК 1.1.	Разрабатывать и реализовывать социально-культурные проекты и

	программы.
ПК 1.2.	Организовывать дифференцированное культурное обслуживание населения в соответствии с возрастными категориями.
ПК 1.3.	Создавать условия для привлечения населения к культурно-досуговой и творческой деятельности
ПК 1.4.	Анализировать состояние социально-культурной ситуации в регионе и учреждении (организации) культуры.
ПК 1.5.	Определять приоритетные направления развития социально-культурной деятельности.
ПК 1.6.	Осуществлять управление учреждением (организацией) социально-культурной сферы с применением современных методик организации социально-культурной деятельности, информационных и телекоммуникационных технологий.
ПК 1.7.	Осуществлять предпринимательскую деятельности в социально-культурной сфере.
ПК 1.8.	Организовывать работу с коллективом исполнителей на основе принципов организации труда, этических и правовых норм в сфере профессиональной деятельности.

В результате освоения профессионального модуля обучающийся:

Владеет навыками	- организации социально-культурной деятельности в культурно-досуговых учреждениях; - организации и реализации экскурсионных программы в учреждениях (организациях) культуры; - подготовки планов, отчетов; - работы с нормативно-правовой документацией; - руководства учреждением (организацией) культуры (структурным подразделением), - работы с нормативно-правовой документацией; - составления планов и отчетов его работы; - работы с прикладными компьютерными программами;
Умеет	- распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; - анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; - определять этапы решения задачи; - выявлять и эффективно искать информацию,

	необходимую для решения задачи и/или проблемы; - составить план действия; определить необходимые ресурсы; - владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; - реализовать составленный план; - оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника) - определять задачи для поиска информации; - определять необходимые источники информации; - планировать процесс поиска; - структурировать получаемую информацию; - выделять наиболее значимое в перечне информации; - оценивать практическую значимость результатов поиска, оформлять результаты поиска - определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; - применять современную научную профессиональную терминологию; - определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования; - выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи; - презентовать бизнес-идею; - оформлять бизнес-план; - определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности; - определять источники финансирования; - применять теоретические знания по финансовой грамотности для практической деятельности и повседневной жизни; - уметь грамотно обращаться с деньгами в повседневной жизни; - уметь рассчитывать процентные ставки по кредиту;
--	--

	- уметь применять правовые нормы по защите прав потребителей финансовых услуг; - уметь выявлять признаки мошенничества на финансовом рынке в отношении физических лиц. - грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе - организовывать работу коллектива и команды; - взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности, - использовать теоретические сведения о личности и межличностных отношениях; - разрешать конфликтные ситуации и способствовать их предотвращению; - соблюдать нормы экологической безопасности; - определять направления ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности по специальности - общаться (устно и письменно) на иностранном языке на профессиональные и повседневные темы; - переводить (со словарем) иностранные тексты профессиональной направленности; - использовать нормативно-управленческую информацию в своей деятельности; - оказывать консультационно-методическую помощь культурно - досуговым учреждениям и образовательным организациям по развитию социально-культурной деятельности; - анализировать региональные особенности социально-культурной деятельности и участвовать в ее развитии; - осуществлять разработку и реализацию социокультурных проектов, - привлекать туристические фирмы к разработке и реализации экскурсионных программ в учреждениях (организациях) культуры - использовать теоретические сведения о личности и межличностных отношениях;
--	---

	- осуществлять руководство структурным подразделением учреждения социально-культурной сферы; - организовывать, анализировать и оценивать работу коллектива исполнителей, учреждения (организации) культуры; - находить оптимальные варианты при решении управленческих и хозяйственных задач; - составлять документы бухгалтерского учета; - анализировать и составлять планы и отчеты; - решать организационные задачи, стоящие перед коллективом; - осуществлять контроль за работой кадров; - использовать программное обеспечение в профессиональной деятельности; - применять компьютеры и телекоммуникационные средства; - использовать нормативно-управленческую информацию в своей деятельности; - организовывать, анализировать и оценивать работу коллектива исполнителей, учреждения (организации) культуры; - защищать свои права в соответствии с трудовым законодательством - осуществлять сотрудничество с органами правопорядка и социальной защиты населения; - использовать нормативные правовые документы в работе; - способствовать функционированию любительских творческих коллективов; - планировать, подготавливать и проводить рекламное мероприятие культурно-досуговой деятельности, использовать возможности выразительных средств рекламы; - использовать рекламу в целях популяризации учреждения (организации) культуры и его услуг; - создавать и поддерживать положительный имидж учреждения (организации) культуры и его работников;
--	---

	- использовать связи с общественностью в работе культурно-досугового учреждения (организации); - проводить и обрабатывать результаты конкретно-социологических исследований;
Знает	- актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить; - основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте; - алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях; - методы работы в профессиональной и смежных сферах; - структуру плана для решения задач; - порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности - номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности; - приемы структурирования информации; - формат оформления результатов поиска информации - содержание актуальной нормативно-правовой документации; - современную научную и профессиональную терминологию; - возможные траектории профессионального развития и самообразования; - основы предпринимательской деятельности; - порядок выстраивания презентации; - психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности; - особенности профессиональной этики; - роль этики в повышении эффективности культурно-досуговой организации, - правила оформления документов и построения устных сообщений - правила экологической безопасности при ведении профессиональной деятельности; - основные ресурсы, задействованные в

	профессиональной деятельности; пути обеспечения ресурсосбережения - принципы обеспечения устойчивости объектов экономики, прогнозирования развития событий и оценки последствий при техногенных чрезвычайных ситуациях и стихийных явлениях, в том числе в условиях противодействия терроризму как серьезной угрозе национальной безопасности России; - современные социально-культурные технологии, социально-культурные программы; - экономические основы деятельности учреждений (организаций) социально-культурной сферы и их структурных подразделений; - специфику и формы методического обеспечения отрасли; - основы проектной деятельности; - основы туристско-экскурсионной деятельности; - основы социокультурного проектирования; - сущность и характерные черты современного менеджмента, внешнюю и внутреннюю среду организации; - структуру управления социально-культурной деятельностью; - дифференцированные методики организации социально-культурной деятельности - стратегические и тактические планы в системе менеджмента; - структуру организации, систему методов управления; - принципы организации работы коллектива исполнителей, роль мотивации и потребностей; процесс принятия и реализации управленческих решений; принципы руководства (единоначалие и партнерство), стили руководства; - особенности менеджмента в социально-культурной сфере, систему и структуру управления культурой; - основные этапы управленческой деятельности в сфере культуры;
--	--

	- цели и задачи управления учреждениями (организациями) культуры; - принципы отбора кадров, профессиональной ориентации и социальной адаптации в коллективе; - методики оценки результатов деятельности, контроля за деятельностью кадров; - принципы организации и анализ работы коллектива исполнителей и учреждения (организации) культуры; - систему управления трудовыми ресурсами, планирование потребности в трудовых ресурсах; - ценовую и сбытовую политику учреждения (организации), цели и виды продвижения услуг, способы стимулирования сбыта, значение рекламы; законодательные и нормативные акты Российской Федерации по бухгалтерскому учету и аудиту; - основы бухгалтерского учета, его виды и задачи, объекты учета; - первичные учетные документы, их реквизиты, сводную учетную документацию; - процесс регулирования бухгалтерского учета; - порядок и сроки проведения инвентаризации имущества и обязательств; - состав и формы бухгалтерской отчетности, периодичность, адреса и сроки ее представления; - условия хранения документов бухгалтерского учета; - основные принципы, методы и свойства информационных и телекоммуникационных технологий; - прикладное программное обеспечение и информационные ресурсы профессиональной деятельности - возможности использования сети Интернет и других сетей в профессиональной деятельности; - психологию профессиональной деятельности; - этические принципы организации работы коллектива исполнителей; - историю и современное состояние
--	---

	законодательства о культуре; - основные законодательные акты и другие нормативные документы, регулирующие трудовые отношения; - права и обязанности работников социально-культурной сферы; - правовые принципы деятельности учреждений (организаций) социально-культурной сферы. - основные виды рекламы, рекламных средств; - методику бизнес - планирования; - виды рекламных мероприятий, цели рекламных кампаний и их планирование; - сценарные и режиссерские основы рекламы; - методику подготовки, проведения и анализа рекламного мероприятия; - сущность, значение и цели связи с общественностью (PR); - внешние и внутренние коммуникации; - особенности проведения мероприятия PR; - роль имиджа, его характеристики и компоненты. - понятие и принципы маркетинга, рынок как объект маркетинга, сегментацию рынка; - суть маркетинговой деятельности учреждения (организации) культуры, поиск рыночной ниши, правила создания новых услуг; ценовую и сбытовую политику учреждения (организации), цели и виды продвижения услуг, способы стимулирования сбыта, значение рекламы; - стратегическое маркетинговое планирование; - сущность, основные типы и виды предпринимательской деятельности; - историю и условия развития предпринимательской деятельности; - правовые основы предпринимательской деятельности; - формы и этапы создания собственного дела; - бизнес-план как основу предпринимательской деятельности; - специфику и возможности предпринимательской
--	---

	деятельности в социально-культурной сфере. - методику конкретно-социологического исследования;
--	--

2. Оценочные материалы для текущего контроля успеваемости по учебной дисциплине

Перечень тем для текущего контроля

1. Задачи и функции PR в современном обществе и рыночной экономике.
2. Специфика PR в политике, коммерческом секторе, общественных объединениях, государственных учреждениях.
3. Основные этапы развития PR в России.
4. Виды кодексов профессионального поведения PR-специалиста.
5. Кодекс профессиональных стандартов PRSA.
6. Декларация этических принципов PACO.
7. Законы и нормативные акты, регулирующие рекламную деятельность.
8. Коммуникация как социальное действие
9. Схема коммуникации К. Шеннона.
10. Роль социально-коммуникационных революций в развитии общества.
11. Основные теории массовых коммуникаций.
12. Технологии построения имиджей.
13. Концепция формирования брэнда.
14. Особенности рекламы на телевидении.
15. Особенности рекламы в печатных изданиях.
16. Основные характеристики и структура медиаплана.
17. Роль политической коммуникации в обществе и ее основные функции.
18. СМИ как неотъемлемый элемент политических коммуникаций и их манипулятивные возможности.
19. Развитие служб по связям с общественности в современной России.
20. Структура и функции PR-службы (на примере Саратовской области).
21. Функции и задачи PR - специалиста.
22. Особенности связей с общественностью в государственных структурах.
23. Реалии и перспективы развития государственного рынка PR.
24. Специфика работы Студенческого совета вуза.
25. Правила написания грантовой заявки как технологии привлечения инвестиций.
26. Правила подготовки и распространения пресс-релиза.
27. Многотиражная газета как вид корпоративного документа.
28. Формы и средства бюджета при проведении PR-мероприятий

3. Оценочные материалы промежуточной аттестации по учебной дисциплине

Контрольные тесты по итогам курса

Вариант 1

Вопросы для обсуждения

1. Сравнительный анализ теорий коммуникаций
 2. Анализ примеров мифологической коммуникации на примерах СМИ.
3. Примеры трансляции стереотипов посредством СМИ.

Тема 1.2. Определение, значение и содержание «Public relations».

Вопросы для обсуждения

1. Public relations как функция менеджмента.
2. Основная цель ведения деятельности PR организацией.
 3. Направления и сферы деятельности PR и особенности функционирования PR в сфере культуры.
4. Основные подходы к определению PR.

Тема 1.3. Становление PR как области знаний и сферы деятельности.

Вопросы для обсуждения

1. История PR, особенности формирования науки
2. Американский путь развития PR
3. Особенности развития связей с общественностью в РФ.
4. Требования к PR- специалистам.

Тема 1. 4. Общественность, общественное мнение и отношение.

Вопросы для обсуждения

1. Содержание терминов «общественность», «общественное мнение», «целевая аудитория».
 2. Общественное мнение: определение, характеристики, функции, специфика.
 3. Основные целевые группы организации. Технологии моделирования.
 4. Влияние на общественное мнение как изменение отношений в обществе.

Тема 1.5. Организационные основы связей с общественностью.

Вопросы для обсуждения

1. Место отдела по связям с общественностью в организации социально-культурной сферы.
2. Функциональные обязанности службы PR.
3. Взаимосвязь PR отдела и других подразделений организации.
4. Сфера деятельности PR подразделения в СКС.

Раздел II Прикладные аспекты связей с общественностью

Тема 2.1. Управление брендами.

Вопросы для обсуждения

1. Анализ лидирующих брендов на современном рынке РФ
2. Сравнительный анализ методик брендинга.
3. Алгоритм создания брендов.
4. Методы нейминга.
5. Бренды услуг.

Тема 2.2. Формирование корпоративной культуры.

Вопросы для обсуждения

1. Содержание корпоративной культуры.
2. Структура корпоративной культуры в СКС.
3. Специфика организации и формирование корпоративной культуры.
4. Алгоритмы формирования корпоративной культуры.
5. Корпоративная культура в сфере услуг.

Тема 2.3 Управление имиджем организации.

Вопросы для обсуждения

1. Имидж как один из основных продуктов PR- деятельности.
2. Имидж учреждения с позиции системного анализа.
3. Внутренние и внешние переменные имиджа организации.
4. Имиджевые регуляторы поведения сотрудников в организации.

Тема 2.4 Спонсорство (Fundraising)

Вопросы для обсуждения

1. Анализ возможностей спонсорства в создании имиджа организации.
2. Технологии спонсорства и FR
3. Формирование спонсорского PR пакета
4. Расчет бюджета FR кампании.

Тема 2.5 Организация и проведение специальных событий.

Вопросы для обсуждения

1. Специфика проведения специальных мероприятий в учреждениях социально-культурной сферы.
2. Особенности организации конференций, «круглых столов», презентаций и других акций.
3. Технология проведения выставок и ярмарок.
4. Специфика организации Event-мероприятий.
5. Управление BTL-акциями

Тема 2.6. Массовые коммуникации и средства массовой информации.

Вопросы для обсуждения

1. Массовые коммуникации: определение, функции.
 2. Роль периодических печатных изданий, радио и телевидения как средства коммуникации в современном мире.
 3. Принципы работы служб по связям с общественностью со СМИ.
4. Пресс- или ньюз-релиз: подготовка и рассылка.
 5. Современные информационные технологии на службе паблик рилейшнз.
6. Создание и продвижение сайтов

Тема 2.7 Медиапланирование.

Вопросы для обсуждения

1. Основные особенности и структура медиапланирования
2. Значение медиапланирования
3. Разработка и составление медиаплана

Тема 2.8 Жанры журналистики, используемые СМИ в системе связей с общественностью.

Вопросы для обсуждения

1. Информационная и аналитическая публицистика.
2. Своеобразие художественных жанров.
3. Публицистические жанры.
4. Особенности проведения интервью.

Тема 2.9. Работа с прессой.

Вопросы для обсуждения

1. Организация взаимодействия учреждений со СМИ.

2. Мониторинг СМИ.
3. Общие правила отношений со СМИ.
4. Организация и проведение пресс – конференций.
5. Мероприятия с участием журналистов.

Тема 2.10. Политическое влияние.

Вопросы для обсуждения

1. Анализ современной политической ситуации в РФ.
 2. Лоббирование интересов организации в систему законодательной власти.
 3. Предвыборные технологии манипулирования общественным мнением, опыт и наблюдение.
4. Предвыборные программы кандидатов: достоинства и недостатки

Тема 2.11. PR в кризисных ситуациях.

Вопросы для обсуждения

1. Анализ особенностей кризисного PR.
2. Поведение организации в рамках кризиса.
3. Виды кризисов и методы выхода из кризиса.
 4. Технологии успешного преодоления кризисов в организации социально-культурной сферы.

Тема 2.12. Организационное обеспечение и управление развитием связей с общественностью.

Вопросы для обсуждения

1. Достоинства и недостатки современных PR-агентств.
2. Требования к оформлению технических заданий для агентств.
3. Анализ методик оценки эффективности PR-деятельности.

Тема 2.13. Этические аспекты публичных отношений в социально-культурной сфере.

Вопросы для обсуждения

1. Законодательные нормы, применяемые в PR.
2. Профессионально-этические нормы и стандарты.
3. Принципы этики деловых отношений.
 4. Механизмы внедрения этических принципов и норм в практику деловых отношений.
5. Современные кодексы этики.
 - Требования к современным PR-специалистам