

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

УТВЕРЖДАЮ

Директор колледжа культуры и искусств  
ФБОУ ВО СКГИИ

 / В. Х. Шарибов  
«29» августа 2023 г.

**Комплект контрольно-оценочных средств**

**учебной дисциплины**

ОГСЭ.06

Связи с общественностью

Нальчик, 2023

Комплект контрольно-оценочных средств учебной дисциплины  
ОГСЭ.06 Связи с общественностью разработан на основе  
Федерального государственного образовательного стандарта среднего  
профессионального образования по специальности СПО :  
53.02.03 Инструментальное исполнительство (по видам инструментов)  
Учебной дисциплины ОГСЭ.06 Связи с общественностью

**Разработчик:**

ККИ СКГИИ, преподаватель



Сижазева О.А.

(место работы) (занимаемая должность) (инициалы, фамилия)

Рассмотрено на заседании ПЦК ООД

Протокол №   1   от «   28   »   08   2023 г.

Председатель ПЦК ООД \_\_\_\_\_



Прокудина Н.П.

## **СОДЕРЖАНИЕ**

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

## **1.Паспорт комплекта контрольно-оценочных средств**

В результате освоения учебной дисциплины дисциплины «Связи с общественностью (Public relations – PR)» обучающийся должен обладать предусмотренными ФГОС СПО для специальностей, по которым ведется подготовка в Колледже культуры и искусств, следующими умениями, знаниями и общими компетенциями:

**Студент** должен обладать **общими компетенциями**, включающими в себя способность:

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях.

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

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

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

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать основные концепции организации общественных связей за рубежом и в России;

знать основные тенденции развития мирового PR;

знать особенности развития связей с общественностью в современной России;

уметь применять некоторые методы и технологии связей с общественностью в бизнесе и в политике.

### **Результаты освоения учебной дисциплины, подлежащие проверке**

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

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

<p><b>3 4</b></p> <p>Предмет, объект и задачи курса, основные модели управления персоналом;</p>	<p>Описывать объект и предмет связей с общественностью и организационной культуры, уметь сравнивать различные технологии СО;</p>	<p>текущий промежуточный</p>
<p><b>3 5</b></p> <p>Этнопсихологические особенности управления в многонациональных коллективах как обособом культурном поле;</p>	<p>Владеть основными технологиями СО в условиях организации и ее специфической культуры;</p>	<p>текущий промежуточный</p>

### 3. Оценка освоения учебной дисциплины

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

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

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

Итоговый контроль освоения дисциплины проводится в форме контрольного урока, который преследует цель оценить освоение образовательных результатов по дисциплине. Условиями допуска к контрольному уроку

являются положительные результаты текущего контроля и выполненные практические работы по курсу дисциплины.

### **3.1 Формы и методы оценивания**

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

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

#### **Требования к текущей аттестации:**

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

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

### **3.2. Типовые задания для оценки освоения учебной дисциплины**

#### **Примерные темы докладов и презентаций:**

Задачи и функции PR в современном обществе и рыночной экономике.

- Специфика PR в политике, коммерческом секторе, общественных объединениях, государственных учреждениях.
- Основные этапы развития PR в России.
- Виды кодексов профессионального поведения PR-специалиста.
- Кодекс профессиональных стандартов PRSA.
- Декларация этических принципов PАСO.
- Законы и нормативные акты, регулирующие рекламную деятельность.
- Коммуникация как социальное действие
- Схема коммуникации К. Шеннона.
- Роль социально-коммуникационных революций в развитии общества.
- Основные теории массовых коммуникаций.
- Технологии построения имиджей.
- Концепция формирования брэнда.
- Особенности рекламы на телевидении.



- Особенности рекламы в печатных изданиях.
- Основные характеристики и структура медиаплана.
- Роль политической коммуникации в обществе и ее основные функции.
- СМИ как неотъемлемый элемент политических коммуникаций и их манипулятивные возможности.
- Структура и функции PR-службы (на примере Кабардино-Балкарской республики).
- Функции и задачи специалиста по Связям с общественностью.
- Особенности связей с общественностью в государственных структурах.
- · Специфика работы Студенческого совета колледжа.
- Правила написания грантовой заявки как технологии привлечения инвестиций.
- Правила подготовки и распространения пресс-релиза.
- Многотиражная газета как вид корпоративного документа.
- Формы и средства бюджета при проведении PR-мероприятий.

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

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

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

**Время выполнения задания – 40 мин.**

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

#### **КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ**

---

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

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

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

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

## **5. Приложения. Задания для оценки освоения дисциплины.**

### **Вопросы к контрольному уроку :**

1. Связи с общественностью как наука и учебная дисциплина
2. Соотношение понятий и функций: PR и реклама, PR и пропаганда, PR и маркетинг.
3. Основные термины и понятия в сфере PR.
4. Критерии эффективности взаимоотношений со СМИ.
5. Классификация и основные направления услуг в области связей с общественностью.
6. Роль PR в современном гражданском обществе и рыночной экономике. Цели и функции PR.
7. Правовое регулирование деятельности в сфере связей с общественностью.
8. Основные международные Кодексы профессиональных стандартов в области PR.
9. Коммуникация как процесс и структура.
10. Информация и содержание информационного подхода в теории коммуникации.
11. Содержание и элементы коммуникации.
12. Коммуникативное пространство.
13. Возможности вербального воздействия на аудиторию.
14. Невербальные средства коммуникации. Типология коммуникативных единиц невербальной коммуникации. Функции невербальных средств коммуникации.
15. Содержание и элементы коммуникации. Модель Г. Лассауэлла.
16. Социально-коммуникационные революции.
17. Теория массовых коммуникаций.

18. Коммуникации в политике.
19. Предмет политической коммуникации.
20. Основные понятия политической коммуникации.
21. Роль политической коммуникации в обществе и ее основные функции.
22. Понятие политического консалтинга.
23. Основные организационные структуры PR: независимый консультант-эксперт, корпоративный PR-департамент, типовое агентство, консалтинговая PR-фирма, независимая международная компания, международная сеть агентств.
24. Задачи, функции, отделов и служб по PR в государственных организациях и учреждениях, общественных объединениях, коммерческих структурах, политических партиях.
25. Структура типового агентства и консалтинговой фирмы в области связей с общественностью.
26. Основные российские ассоциации специалистов в области PR.
27. Российские профессиональные издания в области PR.
28. Понятие рекламной коммуникации.
29. Цели и основные составляющие рекламной коммуникации.
30. Медиапланирование как составляющая рекламной кампании.
31. Этапы медиапланирования.
32. Основные характеристики, сроки и структура медиаплана.
33. Особенности рекламы в различных СМИ, их достоинства и недостатки: реклама в прессе, реклама на телевидении, реклама на радио, реклама в интернет.
34. Сущность и понятие имиджа: в рекламе, политике, связях с общественностью.
35. Основные составляющие имиджа.
36. Определение корпоративного имиджа, корпоративной культуры, фирменного стиля.
37. Брэнд и его значение в современной рекламе.
38. Классификация брендов.
39. Концепция формирования брэнда, позиционирование брэнда.
40. Политическое консультирование: типы, виды и формы.
41. Технологии политического консультирования.
42. Политический консультант: типы, характерные черты, функции.
43. Работа консультанта в избирательной кампании по созданию стратегии клиента.
44. Профессиональные требования к специалисту по PR.

45. Этика и профессиональные стандарты в «Связях с общественностью».
46. Связи с общественностью в государственных структурах.
47. Субъекты и структура российского государственного PR – рынка.
48. Пресс-клиппинг как PR - технология.
49. Некоммерческие организации – понятие, функции, характерные черты.
50. Специфика функционирования некоммерческих организаций в современной России.
51. PR-технологии в привлечении инвестиций.
52. Понятие спонсоринга, фандрайзинга.
53. Целевые мероприятия по привлечению средств. Этапы Фандрайзинга.
54. Виды рабочих PR-документов, используемых в работе со СМИ, целевыми аудиториями и предъявляемые к ним требования
55. Оперативные рабочие информационные документы.
56. Имиджевые корпоративные документы.
57. Служебные PR-документы.