

Министерство сельского хозяйства Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
«Кузбасская государственная сельскохозяйственная академия»

УТВЕРЖДЕН

на заседании кафедры

«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г., протокол № \_\_

ИО Декана ВАШ

\_\_\_\_\_ Белова С.Н.

(подпись)

## **ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

### **ПРИЛОЖЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

#### **Б1.О.08 Стратегии и управление в коммуникации**

для студентов по направлению подготовки магистратуры

42.04.01 Реклама и связи с общественностью профиль Медиатехнологии в современной  
коммуникативной индустрии

Разработчик:

## **СОДЕРЖАНИЕ**

1. ПОКАЗАТЕЛИ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ НА РАЗЛИЧНЫХ ЭТАПАХ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ, ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ .....	3
1.1 Перечень компетенций .....	3
1.2 Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования .....	4
1.3 Описание шкал оценивания .....	7
1.4 Общая процедура и сроки проведения оценочных мероприятий .....	7
2. ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ.....	9
2.1 Промежуточная аттестация .....	9
2.2 Типовой вариант экзаменационного тестирования .....	10
2.3 Типовой экзаменационный билет.....	12
3. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ.....	14

# **1. ПОКАЗАТЕЛИ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ НА РАЗЛИЧНЫХ ЭТАПАХ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ, ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ**

## **1.1 Перечень компетенций**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- УК-1: Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий;
- ОПК-5: Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования;
- ПК-2: Способен разработать стратегию продвижения веб-сайтов, интерактивных приложений, информационных ресурсов, товаров и услуг в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;
- ПК-3: Способен разработать план и осуществить контроль реализации стратегии продвижения веб-сайтов, интерактивных приложений, информационных ресурсов, товаров и услуг в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

## 1.2 Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Конечными результатами освоения программы дисциплины являются сформированные когнитивные дескрипторы «знать», «уметь», «владеть» (З1, У1, В1, З2, У2, В2, З3, У3, В3), расписанные по отдельным компетенциям. Формирование этих дескрипторов происходит в течение изучения дисциплины по этапам в рамках различного вида занятий и самостоятельной работы.

Таблица 1 – Соответствие этапов (уровней) освоения компетенции планируемым результатам обучения и критериям их оценивания

УК-1	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий		
Этап (уровень) освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения		
	Удовлетворительно (Базовый)	Хорошо (Продвинутый)	Отлично (Высокий)
<p><i>Третий этап</i></p> <p>(завершение формирования)</p> <p><i>Осуществляет прогнозирование и проектирование вероятных сценариев развития проблемной ситуации и формирования стратегических управленческих решений</i></p>	Отслеживает тенденции развития отрасли и понимает стратегические цели развития отрасли на уровне организации, региона, страны.	При выработке решения основывается на заранее сформулированных критериях. Определяет долгосрочные перспективы развития отрасли, будущие потребности организации. Демонстрирует широту видения, формирует стратегические решения с учетом внутренних и внешних аспектов функционирования организации.	Мыслит масштабно, определяет перспективные направления развития отрасли на уровне региона и страны, конкретной организации, учитывает широкий круг факторов (экономических, политических, социальных и др.), рассматривает ситуацию в долгосрочной перспективе, производит оценку тенденций, предвидит возможные сценарии развития событий и действует исходя из них.
ОПК-5	Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования		
Этап (уровень) освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения		
	Удовлетворительно (Базовый)	Хорошо (Продвинутый)	Отлично (Высокий)
<p><i>Первый этап</i></p> <p>(начало формирования)</p> <p><i>Обладает первичными знаниями в определенных сферах жизни общества (экономика, политика, право, культура, социальная сфера и т.п.), которые являются объектом освещения в СМИ разных типов и с которыми связано тематическое содержание журналистских публикаций, использует их при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью</i></p>	Знает ключевые особенности особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм. Понимает отличия в регулировании медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях. Способен применять знания и опыт при поддержке других лиц.	Способен выявить и описать коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью, опираясь на первичные знания в определенных сферах жизни общества. Способен самостоятельно в несложных ситуациях разработать и согласовать с заинтересованными сторонами коммуникационный продукт в виде журналистских публикаций.	Способен самостоятельно разработать коммуникационные продукты в виде журналистских публикаций с учетом условий функционирования конкретной медиакоммуникационной системы, правовых и этических норм регулирования.

ПК-2	Способен разработать стратегию продвижения веб-сайтов, интерактивных приложений, информационных ресурсов, товаров и услуг в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»		
Этап (уровень) освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения		
	Удовлетворительно (Базовый)	Хорошо (Продвинутый)	Отлично (Высокий)
<p><b>Первый этап</b> (начало формирования)</p> <p><i>Применяет навыки проведения переговоров с целью выявления объекта продвижения и ожидаемых от продвижения результатов, обобщения результатов применения аналитических моделей разработки стратегии для получения всестороннего и целостного понимания положения организации и стоящих перед ней стратегических вызовов, согласования договора на реализацию и стратегии продвижения</i></p>	<p>Знает особенности коммуникаций в условиях цифровой экономики, технологии, место и роль коммуникаций в решении управленческих задач, понятие и стратегий, основы корпоративной культуры, методы проведения деловых переговоров, основы эффективной устной и письменной коммуникации. Понимает роль предпроектной аналитики и конкурентного анализа для продвижения продукта и/или услуги</p>	<p>Способен анализировать получаемую от заказчика информацию и выявлять его ожидания и требования. Обладает на высоком уровне навыками давать обоснование и объективную оценку множества альтернативных вариантов продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p>	<p>Владеть на высоком уровне навыками проведения переговоров, обобщения результатов применения аналитических моделей разработки стратегии для получения всестороннего и целостного понимания положения организации и стоящих перед ней стратегических вызовов</p>
<p><b>Второй этап</b> (продолжение формирования)</p> <p><i>Способен соотносить бизнес-задачи организации и коммуникационные цели кампании, планируемой и реализуемой в интересах этой организации, обоснованного выбора системы показателей как результата реализации стратегии, продвижения и разработки этапов реализации стратегии продвижения в соответствии с установленными показателями, учитывая характер позиций различных стейкхолдеров и оценивая последствия стратегического выбора</i></p>	<p>Понимает основные показатели для оценки эффективности PR-стратегии и каждого из ее элемента. Способен применять в профессиональной деятельности инструменты и различать условия, влияющие на стратегическое планирование</p>	<p>Владеть способностью анализа рынка оказания услуг, проведения идентификации ключевых стейкхолдеров, анализа целевых аудиторий и пр. для применения действенных инструментов управления репутацией и общественным мнением</p>	<p>Показывать высокий уровень в процедуре проведения переговоров с целью выявления объекта продвижения и ожидаемых от продвижения результатов. Способен применять аналитические модели разработки стратегии для получения всестороннего и целостного понимания положения организации и стоящих перед ней стратегических вызовов</p>
<p><b>Третий этап</b> (завершение формирования)</p> <p><i>Владеет навыками позиционирования бренда, формирования ключевого сообщения, уникального торгового предложения, разработки PR-стратегии и интегрированной коммуникационной тактики</i></p>	<p>Различать между собой понятия имиджа и репутации. Понимать структуру коммуникационной кампании как проекта с учетом выделения в ней современных инструментов и каналов коммуникации</p>	<p>Владеть навыками формирования бренда, определения инструментов и каналов коммуникации в сети Интернет, разработки коммуникационной стратегии</p>	<p>Владеть практическими навыками и инструментами позиционирования бренда, разработки PR-стратегии и интегрированной коммуникационной тактики</p>
ПК-3	Способен разработать план и осуществить контроль реализации стратегии продвижения веб-сайтов, интерактивных приложений, информационных		

	<b>ресурсов, товаров и услуг в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</b>		
<b>Этап (уровень) освоения компетенции</b>	<b>Критерии оценивания результатов обучения</b>		
	Удовлетворительно (Базовый)	Хорошо (Продвинутый)	Отлично (Высокий)
<p><i><b>Первый этап</b></i> (начало формирования)</p> <p><i><b>Владеет навыками составления обоснованного бюджета продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» согласно разработанной стратегии с учетом финансовых возможностей заказчика и экономического эффекта</b></i></p>	<p>Знает основные методы проектного планирования, методы определения бюджета продвижения интернет-кампании, методики оценки эффективности медиаплана. Понимает разницу между бизнес- и коммуникационными индикаторами</p>	<p>Владеть способностью бюджетирования реализуемой стратегии, рассчитывает экономический эффект от реализации стратегии продвижения с учетом финансовых возможностей заказчика</p>	<p>Демонстрирует навыки составления обоснованного бюджета продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» согласно разработанной стратегии с учетом финансовых возможностей заказчика и экономического эффекта</p>

Этапы формирования компетенций реализуются в ходе освоения дисциплины, что отражается в тематическом плане дисциплины.

### 1.3 Описание шкал оценивания

#### Критерии оценивания тестовых работ

Оценка за контроль ключевых компетенций учащихся производится по пятибалльной системе. При выполнении заданий ставится отметка: «3» - за 50-70% правильно выполненных заданий, «4» - за 70-85% правильно выполненных заданий, «5» - за правильное выполнение более 85% заданий.

Таблица 2 – Критерии оценки письменных работ (реферат)

Оценка	Знания, умения, владения и другие компетенции, которые должен продемонстрировать студент
Отлично (5)	Письменная работа соответствует всем требованиям, предъявляемым к рефератам. Тема письменной работы полностью раскрыта, четко выражена авторская позиция, имеются логичные и обоснованные выводы, работа оформлена на высоком уровне. В работе использованы практические кейсы по выбранной теме, содержится анализ российского и зарубежного опыта, проведен обзор научной литературы. Автор свободно ориентируется в материале, оперирует научной терминологией по рассматриваемой проблеме, может аргументировано отстаивать свою точку зрения и ответить на возникающие вопросы.
Хорошо (4)	Тема письменной работы в целом раскрыта, прослеживается авторская позиция, сформулированы необходимые выводы; использованы соответствующая основная и дополнительная литература, а также нормативные правовые акты и другие источники. Автор уверенно ориентируется в материале. Имеются замечания /неточности в части изложения и отдельные недостатки по оформлению работы.
Удовлетворительно (3)	Тема письменной работы раскрыта недостаточно полно, использовались только основные источники; имеются ссылки на литературные источники и нормативные правовые акты, однако не выражена авторская позиция; выводы не обоснованы; материал изложен непоследовательно, без соответствующей аргументации и необходимого анализа. Имеются недостатки в оформлении.
Неудовлетворительно (2)	Тема письменной работы не раскрыта; материал изложен без собственной оценки и выводов; отсутствуют ссылки на литературные источники и другие источники. Имеются недостатки в оформлении работы. Автор плохо ориентируется в представленном материале. Содержание работы заимствовано из какого-либо источника.

#### 1.4 Общая процедура и сроки проведения оценочных мероприятий

Оценивание результатов обучения студентов по дисциплине осуществляется по регламентам текущего контроля и промежуточной аттестации.

Текущий контроль в семестре проводится с целью обеспечения своевременной обратной связи, для коррекции обучения, активизации самостоятельной работы студентов. Объектом текущего контроля являются конкретизированные результаты обучения (учебные достижения) по дисциплине.

Свой фактический рейтинг студент может отслеживать в системе электронного обучения Кузбасская ГСХА (журнал оценок) <http://moodle.ksai.ru>. При возникновении спорной ситуации, оценка округляется в пользу студента (округление до десятых).

Промежуточная аттестация предназначена для объективного подтверждения и оценивания достигнутых результатов обучения после завершения изучения дисциплины (или её части). Форма промежуточной аттестации по дисциплине определяется рабочим учебным планом.

Организация и проведение промежуточной аттестации регламентируется внутренними локальными актами.

### **Классическая форма сдачи экзамена (собеседование)**

Экзамен проводится в учебных аудиториях академии. Студент случайным образом выбирает билет. Для подготовки к ответу студенту отводится 30 минут. Экзаменатор может задавать студентам дополнительные вопросы сверх билета по программе дисциплины.

Во время подготовки, использование конспектов лекций, методической литературы, мобильных устройств связи и других источников информации запрещено. Студент, уличенный в списывании, удаляется из аудитории и в зачетно-экзаменационную ведомость ставится «неудовлетворительно». В случае добровольного отказа отвечать на вопросы билета, преподаватель ставит в ведомости оценку «неудовлетворительно».

Студенты имеют право делать черновые записи только на черновиках, выданных преподавателем.

### **Экзаменационное тестирование**

Экзаменационное тестирование проводится в день экзамена в формате компьютерного тестирования в системе электронного обучения <http://moodle.ksai.ru>.

Для проведения тестирования выделяется аудитория, оснащенная компьютерами с доступом в сеть интернет. В ходе выполнения теста использование конспектов лекций, методической литературы, мобильных устройств связи и других источников информации запрещено. Результаты студента, нарушившего правила проведения экзаменационного тестирования, аннулируются. Студенты имеют право делать черновые записи только на черновиках, выданных преподавателем, при проверке черновые записи не рассматриваются.

Проверка теста выполняется автоматически, результат сообщается студенту сразу после окончания тестирования.

Итоговый тест состоит из 30 вопросов, скомпонованных случайным образом. Время тестирования 40 минут.

Студенты, не прошедшие промежуточную аттестацию по графику сессии, должны ликвидировать задолженность в установленном порядке.

## **2. ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ**

### **2.1 Промежуточная аттестация**

Вопросы к экзамену:

1. Концепция и практики стратегического менеджмента.
2. Виды и типы бизнес-стратегий.
3. Эволюция технологии менеджмента.
4. Коммуникативные особенности массового информационного общества, новые формы бизнеса и занятости.
5. Социальный, человеческий капиталы и publicity, сетевая рента.
6. Роль коммуникации в формировании и развитии компании.
7. Виды и типы корпоративных коммуникаций.
8. Требования к коммуникативной компетентности современного руководителя.
9. Социальная среда бизнеса. Контактные и целевые группы, их имиджевые, репутационные и партнерские ожидания.
10. Основные стадии позиционирования бизнеса в обществе.
11. Изучение и формирование общественного мнения.
12. Институт корпоративной социальной ответственности (КСО). Международные стандарты КСО.
13. Природа корпоративного имиджа и репутации, роль общественного мнения в их формировании и развитии.
14. Брендинг как коммуникативная технология. Разделение и взаимодополнение функций рекламы и PR в брендинге.
15. Бренд-интегрированный менеджмент и работа с персоналом.
16. Методы оценки нематериальных активов и репутационный менеджмент.
17. Работа с медиа. Виды СМИ: пресса, электронные СМИ (радио, ТВ, информационные агентства, интернет, социальные сети).
18. Форматы распространения информации.
19. Разработка медиа-карты.
20. Работа со СМИ в чрезвычайной (кризисной, скандальной) ситуации.
21. Новостной менеджмент.
22. Работа с органами власти (GR).
23. Специальные события и социальные мероприятия.
24. Межличностные контакты.

25. Социальные инвестиции и социальное партнерство: содержание и основные направления.
26. Коммуникативные технологии КСО. Спонсорство, патронаж и благотворительность, их правовое оформление.
27. Управление развитием корпоративных коммуникаций, методы оценки их эффективности.

Темы эссе:

1. Современные требования к управлению.
2. Формы управленческого труда.
3. Управление как специфический вид деятельности.
4. Целевое управленческое воздействие как механизм управления.
5. Самоорганизация как специфический механизм управления.
6. Организационный порядок как механизм управления.
7. Инновационные подходы к разработке системы корпоративной социальной ответственности.
8. Роль организаций в обществе.
9. Организация как социально-экономический институт.
10. Организация и управление.

## **2.2 Типовой вариант экзаменационного тестирования**

### Вариант

1. Что из перечисленного не относится к общенаучным методологическим подходам:
  - а) экстраполяция;
  - б) сравнительно-исторический;
  - в) бихевиоризм.
2. Ситуационный подход исходит из идеи о том, что:
  - а) нельзя игнорировать универсальные принципы управления;
  - б) вне контекста ситуации невозможно сформулировать универсальные требования к эффективной организации;

в) важно выявлять связи между всеми элементами системы.

3. Количественный подход в теории управления основан на применении:

а) логических правил;

б) документов;

в) математических методов к исследованию операций.

4. Управление стало превращаться в науку в:

а) 17 веке;

б) 18 веке;

в) 19 веке.

5. Первая школа научного управления была представлена:

а) рационалистической школой;

б) классической школой;

в) поведенческой школой.

6. Методологическую основу «научной школы управления» составлял:

а) подход к организации как состоящей из самостоятельных, изолированных друг от друга

элементов;

б) процессный подход к организации как целостной системе;

в) эмпирический подход.

7. Научный труд «Принципы научного менеджмента» принадлежал перу:

а) М. Вебера;

б) Ф. Тейлора;

в) Г. Эмерсона.

8. Какой из процессов является, по А. Файолю, центральным для предпринимательской

деятельности:

а) предвидение;

б) координация;

в) контроль.

9) Модель «рациональной бюрократической организации» была разработана:

- а) Р. Михельсом;
- б) М. Вебером;
- в) М. Острогорским.

10. Школа «человеческих отношений» в центр внимания поставила:

- а) объективный аспект организационного поведения;
- б) субъективный аспект организационного поведения;
- в) личностный аспект организационного поведения.

### **Ключи к тестам**

<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>
<b>а</b>	<b>б</b>	<b>в</b>	<b>в</b>	<b>б</b>	<b>а</b>	<b>б</b>	<b>в</b>	<b>б</b>	<b>в</b>

## **2.3 Типовой экзаменационный билет**

Министерство сельского хозяйства Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Кузбасская государственная сельскохозяйственная академия»  
Высшая аграрная школа

**42.04.01 Реклама и связи с общественностью**

(код и наименование направления подготовки)

**Медиатехнологии в современной коммуникативной индустрии**

(профиль подготовки/магистерская программа)

**Высшая аграрная школа**

(наименование кафедры)

**Дисциплина**

**Стратегии и управление в коммуникациях**

(наименование дисциплины)

**ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1**

1. Коммуникативные особенности массового информационного общества, новые формы бизнеса и занятости.
2. Брендинг как коммуникативная технология. Разделение и взаимодополнение функций рекламы и PR в брендинге.
3. Межличностные контакты

Составитель

Матвеева Е.В.

(подпись)

(расшифровка подписи)

ИО Декана факультета

Белова С.Н.

(подпись)

(расшифровка подписи)

### **3. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ**

Оценка знаний по дисциплине проводится с целью определения уровня освоения предмета, включает:

- практические работы.

Оценка качества подготовки на основании выполненных заданий ведется преподавателям (с обсуждением результатов), баллы начисляются в зависимости от соответствия критериям таблицы 1.

Оценка качества подготовки по результатам самостоятельной работы студента ведется:

1) преподавателем – оценка глубины проработки материала, рациональность и содержательная емкость представленных интеллектуальных продуктов, наличие креативных элементов, подтверждающих самостоятельность суждений по теме;

2) группой – в ходе обсуждения представленных материалов;

3) студентом лично – путем самоанализа достигнутого уровня понимания темы.

По дисциплине предусмотрены формы контроля качества подготовки:

- текущий (осуществление контроля за всеми видами аудиторной и внеаудиторной деятельности студента с целью получения первичной информации о ходе усвоения отдельных элементов содержания дисциплины);

- промежуточный (оценивается уровень и качество подготовки по конкретным разделам дисциплины).

Результаты текущего и промежуточного контроля качества выполнения студентом запланированных видов деятельности по усвоению учебной дисциплины являются показателем того, как студент работал в течение семестра. Итоговый контроль проводится в форме промежуточной аттестации студента – экзамена (зачета).

Текущий контроль успеваемости предусматривает оценивание хода освоения дисциплины, промежуточная аттестация обучающихся – оценивание результатов обучения по дисциплине, в том посредством испытания в форме экзамена (зачета).

Для оценки качества подготовки студента по дисциплине в целом составляется рейтинг – интегральная оценка результатов всех видов деятельности студента, осуществляемых в процессе ее изучения. Последняя представляется в балльном исчислении согласно таблице 2.

Защита практической работы производится студентом в день ее выполнения в соответствии с учебным расписанием. Преподаватель проверяет правильность выполнения практической работы студентом и сделанных выводов, контролирует знание студентом пройденного материала с помощью собеседования или тестирования.

Проработка конспекта лекций и учебной литературы осуществляется студентами в течение всего семестра, после изучения новой темы. К экзамену допускаются студенты, выполнившие все виды текущей аттестации – практические работы, коллоквиум, задание для самостоятельной работы.