ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат 02AA015500B9B277974BD4E8E7991CCA59
Владелец АНО ВО "УИФР"
Действителен с 08.04.2025 по 08.07.2026

Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) программы: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Дисциплина: Менеджмент

1. Перечень компетенций образовательной программы, формирующихся в процессе освоения дисциплины

При проведении текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине «Менеджмент» у обучающихся по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) программы 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), оцениваются компетенции, формирующиеся в процессе освоения образовательной программы*:

УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

ПК-1. Способен организовывать и осуществлять маркетинговые, рекламные и PR исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга, в том числе, в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

ПК-3. Способен осуществлять контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции организации (предприятия), в том числе, в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

* Примечание: Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (Утвержден приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 8 июня 2017 г. № 512)

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания.

Описание показателей оценивания компетенций на различных этапах их формирования осуществляется в соответствии с основной профессиональной образовательной программой вуза. В качестве показателей рассматриваются результаты освоения дисциплины, выраженные через знания, умения и владения (таблица 1).

В таблице 2 приводится шкала оценивания компетенций на различных этапах их формирования с указанием критериев их оценивания. Во втором столбце таблицы приводится шкала оценивания компетенций на различных этапах их формирования в соответствии с обозначенным критерием.

Таблица 1 – Описание показателей оценивания компетенций на различных этапах их формирования с точки зрения результатов освоения дисциплины.

Компетенция	Индикатор достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине

УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	**ИДК-УК-1.1.** Знает принципы сбора, отбора и обобщения информации, методики системного подхода для решения профессиональных задач.	**Знать:** - сущность и характерные черты современного менеджмента, историю его развития; - факторы внешней и внутренней среды организации; - основные виды организационных структур, принципы и правила их проектирования; - процесс принятия и реализации управленческих решений; - функции менеджмента в рыночной экономике: организацию, планирование, мотивацию и контроль деятельности экономического субъекта; - систему методов управления; - виды управленческих решений и методы их принятия; - стили управления; - сущность и основные виды коммуникаций.
	ИДК-УК-1.2. Умеет анализировать и систематизировать разнородные данные, оценивать эффективность процедур анализа проблем и принятия решения в профессиональной деятельности.	**Уметь:** - оперировать основными понятиями и категориями менеджмента; - планировать и организовывать работу подразделения; - проектировать организационные структуры управления; - применять в профессиональной деятельности приемы и методы эффективного делового общения;
	ИДК-УК-1.3. Владеет навыками научного поиска и практической работы с информационными источниками; методами принятия решений.	**Владеть:** - навыками применения основных функций управления (планирование, организация, мотивация, контроль) для решения типовых задач операционного управления в организации. - методами анализа внешней и внутренней среды организации и оценки их влияния на принятие управленческих решений. - подходами к оценке и обеспечению качества в деятельности менеджера рекламной сферы для повышения эффективности работы подразделения.
ПК-1. Способен организовывать и осуществлять маркетинговые,	**ИДК-ПК-1.1.** Участвует в планировании, подготовке и проведении маркетинговых, рекламных и PR	**Знать:** - Принципы, виды и этапы маркетинговых исследований: первичные и вторичные, кабинетные и полевые, качественные и количественные.

рекламные и PR исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга, в том числе, в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	исследований рынка, конкурентов, целевой аудитории и продукта с использованием инструментов комплекса маркетинга, в том числе, в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	- Объекты маркетингового анализа: структура и характеристики рынка, методы анализа конкурентов (в т.ч. конкурентная разведка в digital-среде), методы сегментирования и профилирования целевой аудитории. - Основы рекламных и PR-исследований: исследование эффективности рекламных кампаний, медиа-анализ, мониторинг упоминаний и репутации в Интернете. **Уметь:** - Осуществлять поиск и отбор вторичной информации из открытых источников, в том числе с использованием интернет-ресурсов (отраслевые порталы, статистические базы, сайты конкурентов, социальные сети, новостные агрегаторы). - Проводить базовый анализ собранных данных о рынке, конкурентах, целевой аудитории и продукте, используя инструменты маркетинга. - Анализировать цифровую среду: использовать базовые инструменты (например, Google Trends, SimilarWeb, социальные аналитические панели) для исследования поведения аудитории и конкурентов в Интернете. - Интерпретировать результаты исследования и формулировать на их основе практические рекомендации для принятия управленческих решений. **Владеть:** - Навыками работы с источниками информации: технологиями поиска, верификации и систематизации данных из открытых источников, включая интернет. - Методами количественного и качественного анализа данных, полученных в ходе исследований. - Навыками подготовки отчетных материалов: оформления результатов исследования в виде структурированного отчета, презентации или аналитической записки для руководства.
ПК-3. Способен осуществлять контроль и оценку эффективности результатов продвижения	**ИДК-ПК-3.1.** Определяет ключевые показатели эффективности (KPI) для онлайн и офлайн-кампаний, выбирает и настраивает инструменты для сбора	**Знать:** - функции менеджмента в рыночной экономике: организацию, планирование, мотивацию и контроль деятельности экономического субъекта; **Уметь:**

продукции организации (предприятия), в том числе, в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».	данных (веб-аналитика, CRM-системы, медиа-мониторинг, опросы) и обеспечивает корректный сбор и первичную систематизацию информации.	- принимать эффективные решения, используя систему методов управления; **Владеть:** - основными инструментами финансового, кадрового и коммуникационного менеджмента применительно к деятельности рекламной организации.

Таблица 2 – Критерии и шкала оценивания компетенций на различных этапах их формирования.

Критерии оценивания компетенций	**Шкала оценивания**
Достигнутый уровень оценки результатов обучения показывает, что студент обладает необходимой системой знаний и владеет некоторыми умениями по дисциплине, способен понимать и интерпретировать освоенную информацию, что позволит ему в дальнейшем развить такие качества умственной деятельности, как глубина, гибкость, критичность, доказательность, эвристичность. Достигнутый уровень оценки результатов обучения показывает, что студент обладает необходимой системой знаний теоретических основ функционирования психосоциальных систем в целом, отдельных их сфер и звеньев, владеет некоторыми умениями анализа системы психосоциальных связей хозяйствующих субъектов, что позволит ему в дальнейшем развить практические умения в данном направлении профессиональной деятельности.	Пороговый (обязательный)
Достигнутый уровень оценки результатов обучения показывает, что студент продемонстрировал глубокие прочные знания и развитые практические умения и навыки, может сравнивать, оценивать и выбирать методы решения заданий, работать целенаправленно, используя связанные между собой формы представления информации. Достигнутый уровень оценки результатов обучения показывает, что студент продемонстрировал знание теоретических положений в области психологии, практические умения и навыки анализа и исследований на основе типовых методик и действующей нормативно-правовой базы.	Повышенный
Достигнутый уровень оценки результатов обучения свидетельствует о том, что студент способен обобщать и оценивать информацию, полученную на основе исследования нестандартной ситуации; использовать сведения из различных источников, успешно соотнося их с предложенной ситуацией.	Продвинутый

Критерии оценивания компетенций	Шкала оценивания
Достигнутый уровень оценки результатов обучения свидетельствует о том, что у студента сформированы системные знания в области психологии, необходимые для решения конкретных задач, связанных с экономическими системами, их структурой и направлениями политики государства; практические умения и навыки анализа и интерпретации информации, содержащейся в плановых документах и отчетности организаций различных правовых форм, публично-правовых образований, а также использования полученных сведений для принятия управленческих решений. Студент способен систематизировать и обобщать информацию по вопросам планирования и контроля кадров, обосновывать выбор метода управления для решения задач в области профессиональной деятельности.	

3. Оценочные средства для проведения текущего контроля освоения дисциплины

Вопросы для самоконтроля и подготовки к текущему контролю методом опроса

……

Задания для подготовки к деловой / ролевой / имитационной игре

Ролевая игра «Согласование управленческих интересов»

Этап 1. Из студенческой группы выбираются 5 участников. Всей группе зачитывается практическая ситуация.

Описание ситуации: в организации возник конфликт между менеджерами отдела продаж. Он был вызван необходимостью разделения клиентов на целевые сегменты и их распределения между менеджерами (приказ поступил от руководства организации). Менеджеры опасались, что из-за этого разделения они потеряют наработанных клиентов и, соответственно, лишатся части заработной платы.

Перед руководителем отдела была поставлена задача разрешить назревающий конфликт. С этой целью он решил собрать совещание.

Действующие лица. Руководитель отдела и четыре менеджера отдела.

Этап 2. Участникам игры раздаются их роли и дается время на подготовку.

Инструкция руководителю отдела. Ваша задача заключается в поддержании дискуссии, стремлении создать групповое обсуждение и инициировать групповое решение. У вас есть вариант, который вы готовы предложить, если разговор зайдет в тупик. Но вы хотите, чтобы ваши подчиненные сами «дошли» до него. Ваше предложение: каждый менеджер создает план продаж на следующий месяц и согласовывает его с вами. После этого создается единый план продаж отдела. В конце месяца менеджеры получают бонус, размер которого зависит как от выполнения личного плана, так и от выполнения плана отдела. Это позволит менеджерам быть заинтересованными в успехе своих коллег.

Инструкция менеджерам. Вы должны участвовать в обсуждении. Вы можете отстаивать только свои интересы. Но при этом вы знаете, что руководитель хочет, чтобы вы приняли устраивающее всех решение.

Этап 3. Проведение совещания.

Этап 4. Обсуждение результатов игры в группе.

Деловая игра «Стратегия фирмы»

Цель игры – получить практические навыки работы руководителей фирмы по разработке стратегических планов и развить умение отличать стратегические задачи от задач тактического и оперативного планирования и управления.

Подготовка игры

Руководитель игры:

1) заблаговременно, не менее чем за неделю до начала игры, ставит задачи перед высшим руководством фирмы – подготовить данные для разработки стратегии развития фирмы до 2025 г. (одной из эталонных стратегий, например, стратегии концентрированного роста);

2) дает исходные данные для начала работы:

- усилить позиции на рынке, довести объем продаж в доле рынка с 5 до 10%,
- изменить соотношение объемов производств традиционного продукта за счет выпуска нового и модернизированного продукта от 1 : 2 до 1 : 4 соответственно в 2023 и в 2025 гг.

3) перед началом игры представляет высшему руководству фирмы типовые формы планов документов.

1. Стратегический план усиления позиций фирмы на рынке на 2023-2025 гг.

Альтернативный вариант	Экономический и социально-политический сценарий	Доля фирмы на рынке	Внутренние ресурсы и резервы	Стратегическое управление (действия)
1 2	См. типовой сценарий Собственный сценарий			

Примечание: при подготовке типовых планов возможны различные варианты их построения в зависимости от отрасли, где функционирует фирма, ее размеров, вида выбранной стратегии и т.д.

2. Стратегический план развития продукта фирмы на 2023-2025 гг.

№ п/п	Планируемые действия руководителей среднего звена	Ответственные исполнители	Сроки исполнения	Способы и сроки контроля
1	Определение задач и мер для достижения			

	стратегической цели развития продукта			
2	Разработка календарных планов и установление взаимосвязей подразделений фирмы			
3	Оценка затрат времени на разработку, испытание, освоение и внедрение в производство новой продукции			
4	Определение необходимых ресурсов и резервов для каждой операции (составление бюджета)			
5	Коррекция планов действий			

Примечание: для некоторых видов и сфер деятельности фирм возможно выделение стадии уточнения ролей и взаимоотношений, делегирование полномочий для выполнения каждого вида работ.

Участники игры:

1) подбирают и изучают до начала игры необходимый материал, рекомендованный преподавателем, для оценки перспектив развития экономики страны и отрасли, в которой действует данная фирма (на перспективу до 2025 г.);

2) определяют жизненный цикл традиционной продукции фирмы, необходимость и возможность ее модернизации или разработки и выпуска новой продукции в соответствии с перспективой изменения потребностей и покупательского спроса на период до 2025 г.;

3) готовят предложения и расчеты для руководства фирмы, которые могут быть использованы при выработке стратегии фирмы и разработке стратегических планов.

Условия игры

1. Выработка стратегии и разработка стратегических планов фирмы осуществляются высшим руководством фирмы (генеральный директор, главный инженер, главный бухгалтер), им составляются:

- стратегический план усиления позиций фирмы на рынке;
- стратегический план развития продукта фирмы.

2. Подготовка необходимой информации, расчеты и обоснования готовятся менеджерами среднего звена управления.

3. Плановые предложения обсуждаются на производственных совещаниях всех участников игры и принимаются или отвергаются путем открытого голосования.

Сценарий игры

1. В начале руководитель игры делает краткое сообщение о целях, условиях и порядке игры. Он распределяет роли участников и определяет норму времени на проведение каждого этапа игры.

2. Руководители высшего звена управления ставят конкретные задачи начальникам отделов и служб и определяют время исполнения заданий стратегического плана усиления позиций на рынке и плана развития продукта, одновременно уточняют позиции среднего звена управления по отношению к стратегии развития фирмы.

3. Руководители подразделений фирмы готовят предложения по мерам, которые необходимо осуществить: а) высшему руководству фирмы; б) отделам и службам фирмы; в) подразделению, которым руководит данный менеджер. Оценивают затраты, необходимые в ходе реализации стратегических планов по своему отделу. Составляют календарные планы развития продукта по своему отделу. Представляют материалы для обсуждения на производственных совещаниях и после корректировки приступают к составлению раздела стратегических планов развития продукта по своему подразделению.

4. В конце игры участникам предоставляется время для кратких сообщений о выбранной стратегии и вариантах планов, условиях их реализации.

5. Руководитель игры подводит итоги работы участников и дает задание на дом для окончательного оформления двух стратегических планов фирмы.

Регламент (расписание) деловой игры

Минимальное время на деловую игру – 4 ч.

Из них: вступительное слово руководителя – 10 мин; обсуждение предложений и принятие решений о стратегии фирмы – 30 мин; производственные совещания с постановкой задач – 20 мин; отбор и анализ материалов для стратегических планов – 30 мин; разработка вариантов планов – 70 мин; подведение итогов игры – 20 мин.

Итог игры

1. Оформленный и утвержденный стратегический план усиления позиций фирмы на рынке.

2. Разделы стратегического плана развития продукта фирмы по подразделениям.

Задание для подготовки проекта

Самостоятельно выберите организацию из отрасли вашей специализации и одну из его продуктовых групп, по которым будет выполняться творческий проект.

1. Определите ключевые характеристики организации.

2. Определите, какие характеристики и тренды макросреды оказывают наиболее сильное влияние на деятельность организации, и в чем оно заключается.

3. На основе матрицы SWOT - анализа сформулируйте рыночную позицию компании и ее ближайших конкурентов. Обоснуйте рыночную позицию, выбранную организацией.

4. Охарактеризуйте продуктовую и ценовую политику организации.

5. Разработайте программу распределения и продвижения продукции организации.

6. Сформулируйте гипотезу о маркетинговых проблемах организации и путях их решения.

7. Подготовьте выступление с видеопрезентацией для защиты проекта.

Задания для анализа практических ситуаций

Задание 1

Проанализируйте ситуацию и ответьте на вопросы.

В вашем подчинении находится один человек. Вашему подчиненному начальник отдела, ваш непосредственный руководитель, поручает выполнить экстренное задание, минуя вас. Подчиненный уже имеет важное, ответственное задание, которое вы ему поручили. Свои задания вы и ваш начальник считаете неотложными.

Вопросы:

1. Назовите принцип управления, который нарушен в данной ситуации. Определите его содержание и значение в менеджменте.
2. Предложите варианты решений для проблемной ситуации.

Задание 2

Сформулируйте миссию и цель:

1) для 5-звездочной гостиницы;
2) для крупного рекламного агентства;
3) для издательства;
4) для коммерческой организации в сфере торговли;
5) для популярного туроператора;
6) для страховой организации;
7) для Сбербанка.

Задание 3

В результате маркетинговых исследований предполагается увеличение доли фирмы с 14 до 18% при емкости рынка 52 млн. шт. продукта. Рассчитать дополнительную прибыль фирмы в предстоящем году, если прибыль на одно изделие составляет 1406 руб., а емкость рынка не изменяется. Затраты на маркетинговые усилия в расчете на год составляют 65 млн. руб.

Задание 4

В штатном расписании организации указано, что общая численность постоянно работающих сотрудников должна составлять 50 человек. В штате реально состоит 30 сотрудников. С начала года на работу было принято 8 человек, уволилось 12 сотрудников. Рассчитайте:

1) коэффициент совместительства,
2) уровень текучести кадров в организации.

Какие стандартные управленческие решения обычно принимаются в подобных условиях для улучшения кадровой ситуации в организации?

Задания для текущего тестирования

1. Управление обычно начинается с:

a) Контроля
b) Планирования
c) Организации

2. Для анализа слабых и сильных сторон организации во внутренней среде подходит:
a) SWOT-анализ
b) PEST-анализ
c) Анализ потребности организации в кадрах

3. Стратегия - это:
a) Управленческий состав организации
b) Программа мероприятий
c) Целевой образ

4. Эффективность - это:
a) Соответствие запланированного и полученного результата
b) Соотношение затраченных усилий и полученного результата
c) Объем и структура ресурсов организации

5. Функция управления человеческими ресурсами, направленная на побуждение работников к повышению производительности их труда:
a) Адаптация
b) Мотивация
c) Контроль

6. К коммуникативным компетенциям менеджера относят:
a) Навыки деловых переговоров
b) Способности к планированию и реализации планов
c) Навыки оформления деловой документации

7. К инструментам нематериальной мотивации относят:
a) Премии
b) Скидки на продукцию организации
c) Благодарности

8. Для анализа внешней рыночной среды организации обычно проводятся:
a) Маркетинговые исследования
b) Социологические исследования
c) Политические исследования

9. Разновидность стратегических документов, направленная на получение уникального результата для организации:
a) План
b) Программа

c) Проект

10. Традиции, правила, образцы поведения, принятые в организации, составляют ее:

a) Организационную структуру
b) Организационную культуру
c) Организационную стратегию

Задания и рекомендации по подготовке реферата / мультимедиа сообщений / материалов-презентаций и т.п.

Реферат должен соответствовать принятым в институте «Правилам выполнения письменных работ», в том числе требованиям к оригинальности таких работ.

Реферат – это вид учебно-исследовательской работы, выполненной на актуальную тему в рамках профильной проблематики, отражающей основные направления исследования по данной дисциплине. В процессе работы над содержанием реферата должно быть осуществлено следующее – выбраны и проанализированы основные методологические подходы, теории и концепции по теме.

Рекомендуется следующий алгоритм подготовки реферата:

1. Определить научные подходы, теории, концепции права, в рамках которых наиболее логично рассмотреть сущность темы и ее основных категорий;

2. Осуществить выбор литературы (зарубежной и отечественной), основываясь на которой можно раскрыть тему по заранее определенной логике ее представления;

3. Подготовить структуру (план реферата), разворачивание которой отражало бы как основные позиции в рамках различных дискурсов, так и анализ современных практик по выбранной теме реферата;

4. Разработать структуру реферата, которая включает основные составные части: введение, основная часть, заключение, список использованной литературы и источников, ссылки при цитировании обязательны;

5. Подготовить введение, которое включает краткое обоснование актуальности темы реферата, которое отражает то или иное направление научных исследований в рамках права;

6. Подготовить основную часть, которая включает:

– описание значимых для темы научных теорий, взглядов, подходов, в рамках которых необходимо рассматривать тему; анализ базовых категорий;

– специфику становления, формирования, развития тех или иных управленческих процессов с точки зрения правового подхода;

– анализ современного состояния, включая проблемы функционирования тех или иных аспектов практик;

7. Подготовить заключение, которое включает резюмирование результатов работы в рамках темы реферата: краткое заключение об актуальности темы и изложение основных результатов, которые получены в процессе ее изучения;

8. Обучающийся может получить консультации у преподавателя в связи с согласованием структуры реферата или методологических аспектов раскрытия выбранной темы.

Критерии оценивания реферата

– Степень раскрытия сущности вопроса:

а) соответствие плана теме реферата;

б) соответствие содержания теме и плану реферата;

в) полнота и глубина знаний по теме;

г) обоснованность способов и методов работы с материалом;

е) умение обобщать, делать выводы, сопоставлять различные точки зрения по одному вопросу (проблеме).

– Обоснованность выбора источников: оценка использованной литературы: привлечены ли известные работы по теме исследования (в т.ч. журнальные публикации последних лет, последние данные, сводки, справки и т.д.).

– Соблюдение требований к оформлению:

а) правильность оформления ссылок на используемую литературу,

б) правильность оформления списка литературы;

в) оценка грамотности и культуры изложения (в т.ч. орфографической, пунктуационной, стилистической культуры), владение терминологией;

г) соблюдение требований к объёму реферата.

Оценка «отлично» ставится, если выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на вопросы.

Оценка «хорошо» – основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; иногда отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём реферата; имеются упущения в оформлении; на вопросы даны неполные ответы.

Оценка «удовлетворительно» – имеются существенные отступления от требований к реферированию. В частности: тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании реферата или при ответе на вопросы; отсутствует вывод.

Оценка «неудовлетворительно» – тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

Выбор варианта работы для студентов осуществляется по последней цифре в номере зачетной книжки по ключу, предложенному в следующей таблице:

Последняя цифра в номере зачетной книжки	Номер темы
1	1, 11, 21
2	2, 12, 22
3	3, 13, 23
4	4, 14, 24
5	5, 15, 25
6	6, 16, 26
7	7, 17, 27
8	8, 18, 28

9	9, 19, 29
0	10, 20, 30

Темы рефератов:

1. Характеристика основных категорий теории и практики менеджмента
2. Концепция научного управления Ф.У. Тейлора
3. Классическая школа менеджмента
4. Школа человеческих отношений
5. Поведенческая школа менеджмента
6. Школа науки управления
7. Системный подход к управлению
8. Целевой подход к управлению
9. Ситуационный подход к управлению
10. Процессный подход к управлению
11. Миссия и цели организации.
12. Основные модели принятия решений.
13. Современная модель управления организацией.
14. Реинжиниринг: характеристика и значение.
15. Характеристика тайм-менеджмента.
16. Управление издержками на предприятии.
17. Виды рисков в менеджменте.
18. Отличительные черты систем управления зарубежных стран.
19. История развития менеджмента как науки
20. Концепции и функции менеджмента
21. Характеристика и виду организационных структур управления
22. Влияние внешней на деятельность организации
23. Особенности ведения деловых переговоров
24. Власть и лидерство: сущность и значение
25. Виды конфликтов в организации и пути выхода из них
26. Управление персоналом на предприятии
27. Мотивация персонала: виды и значение для деятельности фирмы
28. Коммуникация и коммуникационные процессы в организации
29. Основные модели принятия решений
30. Современная модель управления организацией.

4. Оценочные средства промежуточной аттестации для оценивания уровня формирования компетенций, соотнесенного с планируемыми результатами обучения по дисциплине:

По компоненте компетенций «Знать»

В форме устного опроса:

1. Сущность менеджмента как науки и профессиональной деятельности
2. Сущность и взаимосвязь функций менеджмента. Управленческий цикл

3. Принципы, цели, задачи и технологии управления в современной организации

4. Условия управленческой деятельности и требования к менеджеру

5. Сущность самоменеджмента

6. Стратегии и технологии профессионального саморазвития

7. Стратегический, тактический и оперативный менеджмент

8. Классификации менеджмента по критериям уровня и объекта управления, отраслевой принадлежности

9. Общие и конкретные функции управления

10. Рынок гостиничных услуг: содержание, субъекты, закономерности развития, принцип конкурентоспособности

11. Специфика рынка рекламных услуг в России

12. Факторы внутренней среды организации

13. Рекламное предприятие как объект и как система управления

14. Общие и конкретные функции управления в организациях сферы рекламы и PR

15. Организационная структура и ее взаимосвязь с задачами организации

16. Финансовый менеджмент в рекламном предприятии

17. Кадровый менеджмент на рекламном предприятии

18. Коммуникационный менеджмент в рекламном предприятии

19. Сущность и принципы управления качеством

20. Стандарты качества рекламных услуг

21. Технологии формирования и реализации рекламного продукта, оценка качества

В форме тестирования:

1. Планирование – это:

a) Общая функция управления
b) Конкретная функция управления
c) Специальная функция управления
d) Дисфункция управления

2. Основной смысл существования организации с точки зрения удовлетворения потребностей потребителей – это:

a) Цель организации
b) Задача организации
c) Миссия организации
d) Стратегия организации

3. Система экономических отношений, направленная на обмен необходимыми ресурсами, - это:

a) SWOT-анализ
b) Продукт
c) Рынок

d) Маркетинг

4. К внутренней среде организации относятся:

a) Производство продукта
b) Рынок сбыта
c) Персонал организации
d) Организационная структура

5. Побуждение сотрудников к улучшению собственной профессиональной деятельности:

a) Координация
b) Организация
c) Структура
d) Мотивация

6. Стратегия - это:

a) Целевой образ
b) Основные фонды организации
c) Прогнозирование
d) Контрольный документ

7. Управление сотрудниками организации – это задача:

a) Инновационного менеджмента
b) Производственного менеджмента
c) Менеджмента снабжения
d) Кадрового менеджмента

8. В основной перечень факторов для PEST-анализа не входят:

a) Политические факторы
b) Психологические факторы
c) Технологические факторы
d) Экологические факторы

9. Синонимом менеджмента как деятельности не являются:

a) Управление
b) Тактика
c) Контроль
d) Администрирование

10. Управление карьерой и развитие персонала организации - это:

a) Общие функции управления
b) Конкретные функции управления
c) Регулярные функции управления
d) Контрольные функции управления

11. Создание нового продукта и его дальнейшее продвижение входит в предмет:

a) Модернизационного менеджмента
b) Корпоративного менеджмента
c) Инновационного менеджмента
d) Стратегического менеджмента

12. Степень соответствия характеристик продукта требованиям - это:

a) Инновация
b) Доступность
c) План
d) Качество

13. К элементам коммуникативной компетентности менеджера не относятся:

a) Математические способности
b) Навыки разработки стратегии организации
c) Навыки работы с критикой
d) Умения устанавливать контакт в ходе деловых встреч

14. Оздоровление финансово-хозяйственной деятельности организации является предметом:

a) Инновационного менеджмента
b) Антикризисного менеджмента
c) Производственного менеджмента
d) Административного менеджмента

15. Технологиями адаптации персонала в организации являются:

a) Наставничество
b) Рекрутинг
c) Аттестация
d) Коучинг

16. Определение системы целей развития организации – это:

a) Прогнозирование
b) Планирование
c) Контроль
d) Тактика

17. Система поэтапно выполняемых управленческих действий – это:

a) Управленческая миссия
b) Управленческий продукт
c) Управленческая структура
d) Управленческий цикл

18. Продвижение продукта на рынке – это основная задача:

a) Маркетинга
b) Кадровой политики
c) Производственного менеджмента
d) Организационной культуры

19. К внешней среде организации относятся:

a) Персонал организации
b) Потребители
c) Государственное регулирование отрасли
d) Конкуренты организации

20. К элементам нематериальной мотивации персонала относятся:

a) Заработная плата
b) Благодарности
c) Система премирования в организации
d) Профессиональное развитие

21. Отдельные действия по реализации стратегии – это:

a) Тактика
b) Планирование
c) Управленческий цикл
d) Контроль

22. Управление информацией в организации – это задача:

a) Кадрового менеджмента
b) Менеджмента снабжения
c) Коммуникационного менеджмента
d) Финансового менеджмента

23. SWOT-анализ включает анализ следующих основных факторов внутренней среды организации:

a) Сильные стороны организации
b) Слабые стороны организации
c) Возможности
d) Угрозы

24. Вид управления, направленный на развитие собственных личностно-профессиональных качеств, - это:

a) Стратегический менеджмент
b) Самоменеджмент
c) Кадровый менеджмент
d) Инновационный менеджмент

25. Поиск и отбор новых сотрудников - это:

a) Общие функции управления
b) Конкретные функции управления
c) Регулярные функции управления
d) Функции управления человеческими ресурсами организации

26. Обеспечение организации ресурсами для создания продукта входит в предмет:

a) Менеджмента снабжения
b) Менеджмента производства
c) Менеджмента сбыта
d) Маркетинга

27. Документы, фиксирующие требования к качеству продукции:

a) Законы
b) Стандарты
c) Кодексы
d) Постановления

28. Совокупность норм и правил поведения менеджера, необходимых для соблюдения в рамках деловых взаимодействий, - это:

a) Самоменеджмент
b) Деловой этикет
c) Стрессоустойчивость
d) Коммуникативные технологии

29. Состав и иерархия подразделений организации находят свое отражение в:

a) Организационной культуре
b) Организационной структуре
c) Корпоративной культуре
d) Модели должности руководителя

30. Технологиями оценки персонала в организации является:

a) Наставничество
b) Рекрутинг
c) Аттестация
d) 360 градусов

По компоненте компетенций «Уметь»:

В форме устного опроса:

1. Раскройте сущность менеджмента как науки и вида профессиональной деятельности.

2. Охарактеризуйте основные функции менеджмента (планирование, организация, мотивация, контроль). В чем заключается их взаимосвязь?

3. Опишите этапы управленческого цикла и их связь с функциями управления.

4. Назовите и раскройте содержание основных принципов управления в современной организации.

5. Как формируются цели и задачи управления в организации? Что такое «дерево целей»?

6. Каковы основные условия и специфика управленческой деятельности? Сформулируйте ключевые требования к современному менеджеру.

7. Дайте определение самоменеджменту. Какова его роль в профессиональной деятельности руководителя?

8. Перечислите и охарактеризуйте основные стратегии и технологии профессионального саморазвития менеджера.

9. В чем заключается различие между стратегическим, тактическим и оперативным менеджментом? Опишите их взаимосвязь.

10. Проведите классификацию видов менеджмента по уровням управления (высшее, среднее, низшее звено) и по объекту управления (производственный, финансовый, маркетинговый и т.д.).

11. Что понимается под общими и конкретными функциями управления? Приведите примеры конкретных функций для рекламного агентства.

12. Опишите рынок рекламных услуг: его содержание, основных субъектов и ключевые закономерности развития.

13. Раскройте принцип конкурентоспособности применительно к рекламному рынку. Какие факторы определяют конкурентное преимущество рекламной компании?

14. В чем заключается специфика российского рынка рекламных услуг?

15. Опишите основные факторы внутренней среды рекламной организации и их влияние на ее деятельность.

16. Раскройте двойственную природу рекламной организации: как объекта управления и как системы управления.

17. Приведите примеры общих и конкретных функций управления, реализуемых в организациях сферы рекламы и PR (на примере отдела или компании).

18. Что такое организационная структура? Как она взаимосвязана с целями и задачами рекламной организации? Назовите основные типы структур.

19. Раскройте сущность и основные задачи финансового менеджмента в рекламной организации.

20. В чем заключаются особенности кадрового менеджмента (управления персоналом) в сфере рекламы и PR?

21. Дайте определение коммуникационному менеджменту. Каковы его цели и задачи внутри рекламной организации?

22. Раскройте сущность и основные принципы управления качеством в деятельности рекламной компании.

23. Какие стандарты качества продукта (услуги) могут применяться в рекламной сфере?

24. Опишите технологии формирования и реализации рекламного продукта. Как осуществляется оценка его качества на разных этапах?

В форме тестирования:

1. Соотнесите функции управления и их содержание:

Функция управления	Содержание функции
1. Планирование	a) Побуждение сотрудников к эффективной работе
2. Организация	b) Формирование целей управления
3. Мотивация	c) Регулирование деятельности на основе анализа результатов
4. Контроль	d) Создание управленческой структуры

2. Соотнесите виды мотивации персонала и примеры их реализации:

Виды мотивации	Примеры
1. Материальная денежная	a) Надбавки
2. Материальная неденежная	b) Повышение квалификации
3. Нематериальная	c) Организация питания

3. Распределите конкретные качества менеджера между его личностными и профессиональными качествами:

Виды качеств	Качество
1. Личностные качества	a) Навыки поиска сотрудников
	b) Дисциплинированность
2. Профессиональные качества	c) Навыки телефонных переговоров
	d) Стрессоустойчивость

4. Соотнесите уровень управления и субъект реализации управленческих функций:

Уровень управления	Субъект реализации
1. Стратегический	a) Сотрудники организации
2. Тактический	b) Руководство организации
3. Операционный	c) Подразделения организации

5. Определите последовательность этапов жизненного цикла организации:

Номер этапа	Название этапа
1 этап	a) Зрелость
2 этап	b) Рост
3 этап	c) Упадок
4 этап	d) Создание

6. Соотнесите виды управления и их объект:

Виды управления	Объект управления
1. Стратегический менеджмент	a) Сотрудники организации
2. Кадровый менеджмент	b) Информация в организации
3. Производственный менеджмент	c) Цели и задачи организации
4. Коммуникационный менеджмент	d) Продукт организации

7. Соотнесите виды мотивации персонала и примеры их реализации:

Виды мотивации	Примеры
1. Материальная денежная	a) Гибкий график работы
2. Материальная неденежная	b) Страхование
3. Нематериальная	c) Доплаты

8. Распределите конкретные качества менеджера между его личностными и профессиональными качествами:

Виды качеств	Качество
1. Личностные качества	a) Ответственность
	b) Умение планировать
2. Профессиональные качества	c) Навыки проведения деловых переговоров
	d) Отзывчивость

9. Соотнесите понятие и его содержание:

Понятие	Содержание
1. Миссия	a) Желаемое состояние организации
2. Цель	b) Целевой образ будущего состояния организации
3. Стратегия	c) Смысл существования организации

10. Определите последовательность этапов жизненного цикла продукта:

Номер этапа	Название этапа
1 этап	a) Внедрение
2 этап	b) Рост
3 этап	c) Разработка
4 этап	d) Зрелость

По компоненте компетенций «Владеть навыками»:

Задание 1.

Ситуация: Вам как менеджеру небольшого стартапа поставлена задача: увеличить количество клиентов на 20% в следующем квартале.

Задание: Используя управленческий цикл (PLAN-DO-CHECK-ACT или функции планирование-организация-мотивация-контроль), составьте краткий пошаговый план ваших действий по достижению этой цели.

Задание 2.

Ситуация: Вы - менеджер проекта, и ваш рабочий день постоянно «съедают» незапланированные звонки, «срочные» просьбы коллег и обсуждения в чатах. Важные стратегические задачи откладываются.

Задание: Составьте список из 3 - 4 конкретных приемов самоменеджмента, которые вы примените, чтобы исправить ситуацию. Обоснуйте, почему вы выбрали именно их.

Задание 3.

Ситуация: Компания «X» решила вывести на рынок новый продукт — умную колонку с искусственным интеллектом.

Задание: Определите, какие три вида менеджмента (стратегический, тактический, оперативный) и какие три вида по объекту управления (например, маркетинговый, производственный, финансовый) будут ключевыми на старте проекта. Кратко поясните роль каждого.

Задание 4.

Ситуация: Небольшое рекламное агентство «Креатив» планирует выйти из кризиса, вызванного ростом конкуренции со стороны крупных сетевых игроков.

Задание: Проведите упрощенный SWOT- анализ для этого агентства. Заполните таблицу, указав по 2-3 пункта в каждом поле: Сильные стороны, Слабые стороны, Возможности, Угрозы.

Задание 5.

Ситуация: Рекламное агентство растет и сталкивается с проблемами: креативный отдел не успевает выполнять заказы, а менеджеры проектов перегружены координацией между клиентами и дизайнерами.

Задание: Предложите, какой тип организационной структуры (линейная, функциональная, проектная, матричная) был бы здесь наиболее эффективен. Схематично изобразите ее и дайте краткое пояснение своего выбора.

Задание 6.

Ситуация: PR-отдел крупной компании получил бюджет в 500 тыс. руб. на проведение годовой программы по укреплению репутации. В отделе 3 сотрудника.

Задание: Составьте упрощенную смету расходов (основные статьи: оплата труда, мероприятия, производство материалов, пр.) и предложите, какую систему мотивации сотрудников вы бы использовали, чтобы достичь целей программы в рамках бюджета.

Задание 7.

Ситуация: В рекламном агентстве участились конфликты между отделом креатива и отделом работы с клиентами из-за несогласованности правок и сроков.

Задание: Разработайте план из 3-4 мероприятий по улучшению внутренних коммуникаций между этими отделами (например, внедрение еженедельных планёрок, использование общего ПО для постановки задач и т.д.).

Задание 8.

Ситуация: Клиент жалуется на низкое качество видеоролика, созданного вашим агентством: задержки сроков, несоответствие исходному брифу, технические недочеты.

Задание: Опишите, по какому чек-листу (перечню критериев) вы бы проводили оценку качества этого продукта перед сдачей клиенту. Назовите 5-7 ключевых пунктов для

проверки (например, соответствие брифу, хронометраж, цветокоррекция, наличие логотипа и т.д.).

Практическая ситуация 1.

Вы являетесь руководителем организации и ввели для своих сотрудников новую систему мотивации, уменьшив окладную и увеличив премиальную часть в структуре оплаты труда. Через 3 месяца вы обнаружили, что общие показатели деятельности организации упали, а причиной тому является как раз новая система мотивации. Вам необходимо разобраться в ситуации, чтобы вернуться к выполнению плановых показателей. Для получения обратной связи от сотрудников о текущей системе мотивации составьте анкету, которая позволит выявить сильные и слабые стороны действующей системы.

Практическая ситуация 2.

Вы являетесь руководителем организации, в которой на протяжении последнего года падают продажи. Причина этой ситуации вам достоверно не известна. Пропишите последовательность своих действий для оценки ситуаций и принятия дальнейших управленческих решений.

5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения дисциплины, в ходе промежуточной аттестации

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков, характеризующих этапы формирования компетенций, разработаны на основе подхода В.П. Беспалько. Задания фонда оценочных средств представлены в трех взаимосвязанных блоках.

Первый блок – задания на уровне «знать», в которых очевиден способ решения, усвоенный студентом при изучении дисциплины. Задания этого блока выявляют в основном знаниевый компонент по дисциплине и оцениваются по бинарной шкале «правильно-неправильно».

Второй блок – задания на уровне «знать» и «уметь», в которых нет явного указания на способ выполнения, и студент для их решения самостоятельно выбирает один из изученных способов. Задания данного блока позволяют оценить не только знания по дисциплине, но и умения пользоваться ими при решении стандартных, типовых задач. Результаты выполнения этого блока оцениваются с учетом частично правильно выполненных заданий.

Третий блок – задания на уровне «знать», «уметь», «владеть». Он представлен кейс-заданиями, содержание которых предполагает использование комплекса умений и навыков, для того чтобы студент мог самостоятельно сконструировать способ решения, комбинируя известные ему способы и привлекая знания из разных дисциплин. Кейс-задание представляет собой учебное задание, состоящее, как правило, из описания реальной практической ситуации или ситуации, приближенной к практике. Выполнение студентом кейс-заданий требует решения поставленной проблемы (ситуации) в целом и проявления

умения анализировать конкретную информацию, прослеживать причинно-следственные связи, выделять ключевые проблемы и методы их решения. В отличие от первых двух блоков задания третьего блока носят интегральный (summative) характер и позволяют формировать нетрадиционный способ мышления, характерный и необходимый для современного человека. Решение студентами подобного рода нестандартных практико-ориентированных заданий свидетельствует о степени влияния процесса изучения дисциплины на формирование у студентов общекультурных и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС.

Оценивание знаний, умений, навыков, характеризующих этапы формирования компетенций, осуществляется с помощью следующей модели оценки выполнения типовых заданий и практико-ориентированных задач, которая позволяет установить соответствие между результатом выполнения заданий ФОС обучающимся (студентом) и уровнем обученности по шкале оценивания (таблица 4).

Таблица 4 – Модель оценки выполнения заданий ФОС

Цифровое выражение	Словесное выражение	Описание
5	Отлично (зачтено)	всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, умение свободно выполнять практические задания, предусмотренные программой, усвоивший основную литературу и знакомый с дополнительной литературой, рекомендованной программой
4	Хорошо (зачтено)	полное знание учебного материала, успешно выполняет предусмотренные в программе практические задания, усвоил основную литературу, рекомендованную в программе, способен к самостоятельному пополнению и обновлению знаний и умений в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности
3	Удовлетвори тельно (зачтено)	знания основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по специальности, выполняет практические задания, предусмотренные программой, знаком с основной литературой, рекомендованной программой, но допускает погрешности в ответе и при выполнении заданий, обладая при этом необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя
2	Неудовлетво рительно (не зачтено)	пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допущение студентом принципиальных ошибок в выполнении предусмотренных программой заданий. Как правило, оценка "неудовлетворительно" ставится студентам, которые не могут продолжить

		обучение или приступить к профессиональной деятельности по окончании вуза без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

Данная модель, являясь студентоцентрированной, позволяет сфокусировать внимание на результатах каждого отдельного студента. Предложенные показатели оценки результатов обучения позволяют сделать выводы об уровне обученности каждого отдельного студента и дать ему рекомендации для дальнейшего успешного продвижения в обучении.

Предложенный фонд оценочных средств может быть использован для оценки результатов обучения отдельного студента, а также для выборки студентов направления подготовки.