

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Волгоградский государственный социально-педагогический университет»
Факультет психолого-педагогического и социального образования
Кафедра менеджмента и экономики образования

*Приложение к программе
учебной дисциплины*

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

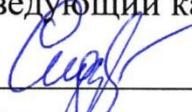
для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации студентов
по дисциплине «**Основы менеджмента**»

Направление 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль «Реклама и связи с общественностью»

заочная форма обучения

Заведующий кафедрой

 / Т. М. Сидунова

« 4 » октября 2016 г.

Волгоград
2016

1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

1.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Процесс освоения дисциплины направлен на овладение следующими компетенциями:

- владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью (ОПК-2);
- способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1).

Этапы формирования компетенций в процессе освоения ОПОП

Код компетенции	Этап базовой подготовки	Этап расширения и углубления подготовки	Этап профессионально-практической подготовки
ОПК-2	Корпоративный менеджмент, Медиапланирование, Основы менеджмента, Основы организации отделов рекламы и связей с общественностью, Современная пресс-служба		
ПК-1	Маркетинговые исследования и ситуационный анализ, Основы интегрированных коммуникаций, Основы маркетинга, Основы менеджмента, Основы организации отделов рекламы и связей с общественностью, Профессионально-этические основы взаимодействия со СМИ в рекламе и связях с общественностью, Реклама в коммуникационном процессе, Технология создания имиджа в рекламе и связях с	История рекламы, История связей с общественностью, Политическая реклама, Социальная реклама	Научно-исследовательская работа, Практика по получению первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности (организационно-управленческая), Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, Преддипломная практика

	общественностью		
--	-----------------	--	--

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

Показатели оценивания компетенций на различных этапах их формирования в процессе освоения учебной дисциплины

№	Разделы дисциплины	Формируемые компетенции	Показатели сформированности (в терминах «знать», «уметь», «владеть»)
1	Развитие менеджмента в прошлом и настоящем	ОПК-2, ПК-1	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основные этапы развития менеджмента как науки и профессии; – роли, функции и задачи менеджера в современной организации; <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – анализировать всю сложную совокупность факторов внутренней и внешней среды и их влияние на эффективность деятельности организации; – определять положение организации относительно ее жизненного цикла; <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – способностью анализировать развитие и закономерности функционирования организации; – передовыми методами планирования и управления на любом уровне организации;
2	Развитие организации. Законы организации	ОПК-2, ПК-1	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основные бизнес-процессы в организации; <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – пользоваться основными законами организации при решении ситуационных задач; <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – способностью реагировать на течение законов организации;
3	Организация, контроль в системе менеджмента	ОПК-2, ПК-1	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – типы организационных структур, их основные параметры и принципы их проектирования; – основные виды и процедуры

			<p>внутриорганизационного контроля; уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – проводить анализ организационных структур управления в рамках проектирования и реорганизации организации; – осуществлять контроль в системе менеджмента; <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – методами организационного проектирования; – навыками самоконтроля в системе менеджмента;
4	<p>Мотивация в теории менеджмента. Коммуникации как связующие процессы в управлении</p>	ОПК-2, ПК-1	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, включая вопросы мотивации, групповой динамики, командообразования, коммуникаций, лидерства, управления конфликтами; <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – находить рациональное решение проблемы; <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – способностью собрать необходимые данные, проанализировать их и подготовить аналитический отчет;

Критерии оценивания компетенций

Код компетенции	Пороговый (базовый) уровень	Повышенный (продвинутый) уровень	Высокий (превосходный) уровень
ОПК-2	<input type="checkbox"/> демонстрирует базовый уровень знаний и навыки работы в отделах рекламы/связей с общественностью; <input type="checkbox"/> умеет ставить и обосновывать цели и задачи в процессе реализации знаний и навыков работы в отделах рекламы/связей с общественностью; <input type="checkbox"/> имеет опыт навыков работы в отделах	<input type="checkbox"/> демонстрирует глубокие знания и навыки работы в отделах рекламы/связей с общественностью; <input type="checkbox"/> умеет ставить и обосновывать цели и задачи в процессе реализации знаний и навыков работы в отделах рекламы/связей с общественностью; <input type="checkbox"/> имеет опыт навыков работы в отделах	<input type="checkbox"/> демонстрирует свободное владение знаниями о требованиях к постановке и обоснованию цели в процессе реализации профессиональной деятельности и выбору путей ее достижения; <input type="checkbox"/> умеет ставить и обосновывать цели в процессе реализации профессиональной деятельности и выбор путей ее достижения для решения нестандартных задач социальной практики; <input type="checkbox"/> имеет опыт проектирования постановки и обоснования цели в процессе реализации профессиональной деятельности

	рекламы/связей с общественность в типичных ситуациях социальной практики.	рекламы/связей с общественность в типичных ситуациях социальной практики.	и выбора путей ее достижения в нестандартных ситуациях социальной практики.
ПК-1	<input type="checkbox"/> демонстрирует базовый уровень способностей в участии в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проведении мероприятий по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценку эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью; <input type="checkbox"/> умеет осуществлять участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный	<input type="checkbox"/> демонстрирует глубокий уровень способностей в участии в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проведении мероприятий по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценку эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью; <input type="checkbox"/> умеет осуществлять участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный	<input type="checkbox"/> демонстрирует свободное владение управлением и организацией работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществление оперативного планирования и оперативного контроля рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проведении мероприятий по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценку эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью; <input type="checkbox"/> умеет осуществлять участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью; <input type="checkbox"/> имеет опыт управления работой рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать

	<p>контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью;</p> <p><input type="checkbox"/> имеет опыт управления работой рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью.</p>	<p>контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью;</p> <p><input type="checkbox"/> имеет опыт управления работой рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью.</p>	<p>эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью.</p>
--	---	---	---

**Оценочные средства и шкала оценивания
(схема рейтинговой оценки)**

№	Оценочное средство	Баллы	Оцениваемые компетенции	Семестр
1	Опрос (на лекционных занятиях)	15	ОПК-2, ПК-1	4з
2	Контрольные работы (на практических занятиях)	15	ОПК-2, ПК-1	4з
3	Опрос (тест)	5	ОПК-2, ПК-1	4з
4	Деловая игра	5	ОПК-2, ПК-1	4з
5	Кейс-задача	20	ОПК-2, ПК-1	4з
6	Экзамен	40	ОПК-2, ПК-1	4л

Итоговая оценка по дисциплине определяется преподавателем на основании суммы баллов, набранных студентом в течение семестра и период промежуточной аттестации.

Оценка «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» и «неудовлетворительно» выставляется с учётом требований следующей шкалы:

- «отлично» – от 91 до 100 баллов – теоретическое содержание курса освоено полностью, сформированы необходимые практические навыки работы с освоенным материалом, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному.
- «хорошо» – от 76 до 90 баллов – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения ни одного из них не оценено минимальным числом баллов, некоторые виды заданий выполнены с ошибками.
- «удовлетворительно» – от 61 до 75 баллов – теоретическое содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, но не высокого качества.
- «неудовлетворительно» – 60 и менее баллов – теоретическое содержание курса не освоено, необходимые практические навыки работы не сформированы, выполненные учебные задания содержат грубые ошибки, дополнительная самостоятельная работа над материалом курса не приведет к существенному повышению качества выполнения учебных заданий.

2. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

Данный раздел содержит типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы. Описание каждого оценочного средства содержит методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Перечень оценочных средств, материалы которых представлены в данном разделе:

1. Опрос (на лекционных занятиях)
2. Контрольные работы (на практических занятиях)
3. Опрос (тест)
4. Деловая игра
5. Кейс-задача
6. Экзамен