

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Волгоградский государственный социально-педагогический университет»
Институт технологии, экономики и сервиса
Кафедра управления персоналом и экономики в сфере образования.

*Приложение к программе
учебной дисциплины*

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации студентов
по дисциплине **«Маркетинг консультационных услуг»**

Направление 38.04.03 «Управление персоналом»
Магистерская программа «Организация кадрового консалтинга»

заочная форма обучения

Заведующий кафедрой

Змс / *Е.В. Зудика*
«*31*» *08* 2018 г.

Волгоград
2018

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:

- умением разрабатывать и внедрять политику привлечения, подбора и отбора конкурентоспособного персонала (ПК-3);
- умением проводить совещания: выбирать тему, формировать регламент, анализировать проблемное поле, информировать других, принимать совместные решения (ПК-25).

Этапы формирования компетенций в процессе освоения ОПОП

Код компетенции	Этап базовой подготовки	Этап расширения и углубления подготовки	Этап профессионально-практической подготовки
ПК-3	Теория и практика кадровой политики государства и организации	Маркетинг консультационных услуг, Управление кадровыми рисками	Организационно-управленческая и экономическая практика
ПК-25	Теория и практика кадровой политики государства и организации	Маркетинг консультационных услуг, Экономика и организация консалтинговых услуг	Организационно-управленческая и экономическая практика

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	Общие аспекты консультационной деятельности	ПК-3	знать: – ☐ современные подходы к определению сегмента рынка; уметь: – ☐ анализировать, классифицировать и синтезировать процессы, происходящие на рынке консалтинговых услуг в регионе; владеть: – ☐ технологией разработки новых консультационных продуктов;

2	Специальные аспекты консультационной деятельности	ПК-25	знать: – ☐ рынок консалтинговых услуг, сегментацию рынка; уметь: – ☐ приобретать новые знания и проектировать новые формы и пути достижения эффективных отношений с клиентурой; владеть: – ☐ технологией продажи консалтинговых услуг;
---	---	-------	--

Критерии оценивания компетенций

Код компетенции	Пороговый (базовый) уровень	Повышенный (продвинутый) уровень	Высокий (превосходный) уровень
ПК-3	Не систематическое использование умений разрабатывать и внедрять политику привлечения, подбора и отбора конкурентоспособности персонала.	Определенные пробелы в умениях разрабатывать и внедрять политику привлечения, подбора и отбора конкурентоспособности персонала.	Сформированное умение разрабатывать и внедрять политику привлечения, подбора и отбора конкурентоспособности персонала.
ПК-25	Не систематическое умение проводить совещания: выбирать тему, формировать регламент, анализировать проблемное поле, информировать другие, принимать совместные решения.	Определенные пробелы в умениях проводить совещания: выбирать тему, формировать регламент, анализировать проблемное поле, информировать другие, принимать совместные решения.	Сформированное умение проводить совещания: выбирать тему, формировать регламент, анализировать проблемное поле, информировать другие, принимать совместные решения.

Оценочные средства и шкала оценивания (схема рейтинговой оценки)

№	Оценочное средство	Баллы	Оцениваемые компетенции	Семестр
1	Опрос	15	ПК-3	1л
2	Контрольная работа	12	ПК-3	1л
3	Реферат	10	ПК-25	1л
4	Конспект статьи	10	ПК-25	1л
5	Статья	13	ПК-25	1л
6	Опрос	15	ПК-3	2з

7	Контрольная работа	12	ПК-3	2з
8	Реферат	10	ПК-25	2з
9	Конспект статьи	10	ПК-25	2з
10	Статья	13	ПК-25	2з
11	Экзамен	40	ПК-3, ПК-25	2з

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
2. Контрольная работа
3. Реферат
4. Конспект статьи
5. Статья
6. Экзамен

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по дисциплине **«Маркетинг консультационных услуг»**

Направление 38.04.03 «Управление персоналом» магистерская программа
«Организация кадрового консалтинга»

1.Опрос

Проверяемые компетенции:

-умение разрабатывать и внедрять политику привлечения, подбора и отбора конкурентоспособности персонала (ПК-3)

Перечень вопросов для обсуждения

1. Почему консультирование является частью процесса управления организацией?
2. Что собой представляет маркетинговое консультирование как задача?
3. Почему руководители организаций не всегда готовы пригласить консультантов для решения проблем организации?
4. Назовите основные функции консультантов по маркетингу?
5. Каковы основные причины обращения к консультантам?
6. Каково «происхождение» современных российских консультантов?
7. Какие вам известны сложности работы консультантов.
8. Почему в организации существует потребность в непрерывном процессе консультирования?
9. Чем отличаются внутренние консультанты от внешних?
10. Назовите основные виды деятельности внутренних консультантов.
11. В чем основные достоинства внешних консультантов по сравнению с внутренними?
12. Какие вопросы обычно возникают у консультанта перед первой встречей с клиентом?
13. Как происходят переговоры между клиентом и консультантом?
14. Назовите основные положения концепции глубокого консультирования?
15. Перечислите базовые ценности консультанта.
16. Когда заключается устный договор на консультационные услуги?
17. Какова структура контракта на выполнение консультационных услуг?
18. Назовите основное содержание преамбулы контракта?
19. В чем специфика основной части контракты?
20. Каковы нормы этики во взаимоотношениях между консультантом и клиентом?
21. Каковы принципы организации отношений между консультантом и клиентом?
22. В чем смысл испытывающих вопросов и интервью в консультант-клиентских отношениях?
23. Опишите поведенческие аспекты консультант-клиентских отношений.
24. Приведите типичные ошибки консультанта.
25. Назовите причины разочарований консультанта и клиента.

КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ

За участие в опросе студенту начисляются баллы в соответствии с критериями, представленными в таблице (см. Таблица). Максимальное количество баллов - 15 баллов.

Таблица

Критерии оценки	Баллы		
	0	От 1 до 5	От 5 до 15
1. Соответствие высказываний теме	Высказывания не соответствуют теме	Высказывания приблизительно соответствуют теме	Высказывания полностью соответствуют теме
2. Выбор аргументов для раскрытия темы	Выбор аргументов случаен	Выбор аргументов недостаточно убедителен	Убедительный выбор аргументов для раскрытия темы
3. Чёткость организации ответа	Нечёткая организация ответа	Недостаточно чёткая организация ответа	Чёткая организация ответа
4. Стройность и логичность	Нелогичность высказывания	Недостаточная стройность и	Стройность и логичность высказывания

высказывания		логичность высказывания	
5. Выделение главной мысли	Главная мысль не выделяется	Недостаточно чёткое выделение главной мысли	Чёткое выделение главной мысли
6. Выражение личного отношения к проблеме	Не умеет отделить факты от субъективных мнений	Преобладание субъективных доводов над логической аргументацией	Умеет отделить факты от субъективных мнений
7. Оригинальность высказываний	При ответе придерживается уже высказанных мнений	Апеллирует в основном к собственному опыту	Апеллирует к собственному опыту и приводит размышления из научной литературы, др. информационных источников
8. Владение профессиональной терминологией	Не владеет профессиональной терминологией	Владеет профессиональной терминологией, но допускает некоторые неточности	Свободно владеет профессиональной терминологией
9. Готовность обсуждать все вопросы в ходе дискуссии	Не проявляет активности в ходе дискуссии	Во время дискуссии проявляет готовность обсуждать большинство предлагаемых в ходе дискуссии вопросов	Во время дискуссии проявляет готовность обсуждать все вопросы в ходе дискуссии
10. Знание основного материала	Существенные пробелы в знаниях основного материала	Знание основного материала	Полное знание изучаемого материала

2. Контрольная работа

Проверяемые компетенции:

-умение разрабатывать и внедрять политику привлечения, подбора и отбора конкурентоспособности персонала (ПК-3)

Цель контрольной работы заключается в оценке уровня сформированности у студентов теоретического компонента проверяемых компетенций.

В рамках изучения курса предусмотрено выполнение одной контрольной работы. Планируемое время работы от 1 часа до 1 часа 20 минут. Максимальное количество баллов за контрольную работу 12 баллов.

При подготовке к написанию контрольной работы следует внимательно прочитать рекомендуемую литературу и иные источники, конспектируя сущность прочитанного, выписывая цитаты, записывая собственные мысли.

Рекомендуется писать контрольную работу: - лаконично и четко, избегая сложных придаточных предложений и фраз; - максимально использовать методологию и терминологию данной области науки, при необходимости раскрывая сложные и редкие термины; - соблюдать единообразие обозначений, символов, пробелов и сокращений, оформления цитат и примечаний в ссылках.

Примерные вопросы и задания на контрольной работе

Выберите и обоснуйте один из вариантов решения проблемы на основе следующих вводных данных.

Основной деятельностью компании «ВДГБ-консалт» является продажа и установка программных продуктов фирмы «1С». Она осуществляет также ИТ-консалтинг при продаже программ. Плюс к этому компания хочет развивать управленческий консалтинг.

Сейчас этим направлением занимается один консультант. Как только у компании появятся первые клиенты, к нему присоединятся еще два сотрудника. Условия для запуска нового бизнеса - направления можно считать благоприятными, поскольку у специалистов отдела франчайзинга «1С: ВДГБ-консалт» налажены постоянные контакты с «1С». По мнению руководства фирмы, этот отдел вполне может выступать в роли коллективного агента консалтинговой услуги. С этой целью в компании уже подготовлены тренинги для отдела франчайзинг, отдела продаж и для так называемых отраслевых специалистов, где сотрудники будут обучаться презентации новой услуги и азам управленческого консалтинга. В перспективе планируется создать новый отдел по работе с клиентами, который будет искать потенциальных заказчиков. Как площадку по их привлечению компания уже использует «1С» - семинары.

Услуги, которые собирается оказывать компания, стандартны. Это предварительное изучение фирмы-клиента, анализ ситуации, разработка альтернативной оргструктуры и оптимизация бизнес-процессов. Стоимость услуг составит \$60 в час (\$500 за рабочий день). Сейчас главная проблема фирмы - подписание контрактов с потенциальными клиентами. Основная причина неудач кроется в отсутствии точек соприкосновения и площадок общения клиентов со специалистами компании. К настоящему времени «ВДГБ-консалт» провел 15 встреч с руководителями небольших фирм. Однако они не очень верят в возможности консалтинга, считая, что справятся сами. Как объяснить клиентам необходимость хотя бы первоначальных шагов по стратегическому планированию?

Решение:

В зависимости от качества принятых решений, по заданным параметрам, варианты ответов изложены в порядке возрастания. Вот несколько лучших вариантов решения проблемы:

Вариант 1.

По мнению Алексея Курлова, компания, верно, определила свою целевую аудиторию. Малый и средний бизнес чаще всего возглавляют руководители-собственники, и они действительно испытывают потребность в привлечении сторонних консультантов. Однако небольшим консалтинговым компаниям продать свои услуги не так просто. К тому же предприниматели априори испытывают недоверие к «всеядным» компаниям, предлагающим весь спектр консалтинговых услуг - от оптимизации оргструктуры и бизнес-процессов и постановки управленческой отчетности до выработки маркетинговых решений и стратегии компании. Подобного спектра услуг они ждут скорее от крупных фирм-консультантов с большим опытом работы. В то же время воплощение стратегии силами консультантов многие компании считают чересчур дорогим удовольствием и стараются справиться с этой задачей за счет привлечения команды высококвалифицированных менеджеров.

Далее автор решения советует компании оценить перспективы развития «1С» и необходимость следовать за этой маркой. Кроме того, господин Курлов рекомендует обратить внимание на ценообразование. На его взгляд, \$60 в час - завышенная цена: российские бизнесмены готовы платить высокие гонорары лишь крупным консалтинговым компаниям.

Автор рекомендует компании сфокусироваться на одном направлении деятельности и постараться быть конкурентоспособной в выбранной нише. При этом возможна специализация - к примеру, на организации корпоративного управления в малых и средних фирмах. Еще один вариант - специализация на управлении затратами, к которому относятся анализ затрат, оптимизация, устранение воровства и взяточничества и т. п.

Алексей Курлов пишет и о возможности аутсорсинга ряда маркетинговых функций (так называемый маркетинг на вынос). Этому направлению будет способствовать то, что у

компаний малого бизнеса зачастую нет штата маркетологов. Другим вариантом может стать противоположная услуга - введение своих консультантов в штат заказчика для реализации конкретного проекта.

Вариант 2.

Второй специалист Сергей Белец отчасти разделяет мнение господина Курлова о высокой стоимости услуг. К тому же он считает, что на российском рынке к «консультационным услугам вообще» и «разработке стратегии» в частности отношение негативное. Слабым местом является и сотрудничество с фирмой - франчайзером «1С».

Автор полагает, что поскольку управленческий консалтинг - все еще новая услуга для небольших фирм, компании придется быть на этом рынке одним из пионеров и набить себе немало шишек. И первый неудачный опыт может заметно подпортить репутацию фирмы. Господин Белец советует начинать завоевывать свою нишу постепенно. В первую очередь следует готовить и продвигать на семинарах и тренингах понятные небольшим предприятиям продукты, начиная с близких к ИТ-консалтингу. Компания должна бороться с желанием сразу предложить потенциальным покупателям слишком сложные и рискованные продукты, в том числе далеко отстоящие от ИТ. В этом бизнесе лучше не хвататься за первый попавшийся вариант и не соглашаться на рискованные и непроработанные проекты.

Комментарий: в целом эти решения адекватные и рациональные. Но вот, к примеру, по такому параметру, как новаторство, можно поставить достаточно низкие баллы. Специалисты, оценивавшие эти предложения согласились с мыслью, что у небольших и средних предприятий зачастую отсутствует опыт заказа консалтинговых услуг: «Предприятия привыкли к тому, что они самостоятельно растут. К сожалению, они еще не готовы платить за советы со стороны». Так же они считают правильной идею фокусировки услуг. По словам жюри, концентрироваться надо на наиболее успешных направлениях: «Если компания добилась успеха в маркетинге кормов для животных, пусть и работает в этой нише. Могут быть и другие сегменты рынка». Жюри понравилось мнение господина Белеца о том, что компания не должна хвататься за все проекты подряд, здесь должен быть четкий отбор с учетом перспектив. Член жюри еще раз отметил замечания обоих призеров о неправильном ценообразовании: «Сложно понять, сколько стоит час работы консультанта, но цены компании кажутся мне очень высокими. Одно дело, когда фирмы с имиджем задирают планку. Но такие компании, как эта, подобных денег не стоят. Проще купить специалиста за \$500 в месяц, чем взять консультанта или платить ему почасовую ставку».

Вариант 3.

Александр Крымов (последние четыре года он работает советником генерального директора компании средних размеров и участвует в привлечении консультантов) считает, что услуги по сравнению с любым товаром ущербны: «Товар можно пощупать или попробовать, а услуга - это обещание. Пока не попробуешь, не оценишь. Если не понравилось, обратно услугу уже не вернешь». Далее Александр Крымов рассуждает о том, что для любого нормального предпринимателя (владельца или высшего руководителя компании) его дело - такой же орган, как, например, печенька, и отношение к нему не менее трепетное. Клиенту не нужно описание того, что консультант намерен с ним проделать, он просто хочет исцелиться.

Автор считает, что стратегическое планирование для среднего и мелкого бизнеса в России - модный управленческий миф, как и пресловутая миссия фирмы. На этом рынке элементарное инвестиционное решение - это уже огромный риск и интеллектуальный подвиг. Сейчас в среде российских управленцев отношение к бизнес-консультантам все еще недоверчивое. Многие из них задаются вопросом, почему консультанты способны разобратся в бизнесе лучше них?

Господин Крымов отмечает, что специфика продаж консалтинговых услуг очень сложна. Многие компании не понимают, что продавать надо не то, что есть у них в арсенале, а то, что нужно покупателю. Часть консультантов пытаются выйти из положения, привлекая менеджеров по сбыту, но последние не всегда охотно соглашаются на подобную работу. Вопрос об ответственности консультанта за результат - один из самых острых. Почти никто не берется гарантировать успех консалтингового проекта.

Недостаток молодых консалтинговых фирм - отсутствие портфолио. Логично ожидать от клиента вопроса, кто является бывшими клиентами консультанта. Туманный ответ, что это «секрет фирмы», уже не проходит, консультант может завлечь клиента только собственным опытом и широтой контактов. Кроме того, заказчик хочет видеть здравомыслящего консультанта, способного внятно объяснить, как сделать предприятие более рентабельным, а менеджмент эффективным и прозрачным.

Комментарий: жюри отметили правильность мысли о том, что услугу можно купить, но нельзя вернуть. Они также считают, что не надо убеждать людей в необходимости привлечения консультантов: «Клиенты формируют свои потребности иначе. Им надо сделать свой бизнес более прозрачным и, к примеру, работать меньше чем по 12 часов в день». Жюри считают большим недостатком всех стартапов в консалтинге отсутствие техники выполнения проектов, доказательств, что их услуги были успешны. А вот идея о создании собственного отдела продаж показалась всем экспертам очень неудачной. По их мнению, консалтинг - это такая услуга, которая продается только самими исполнителями.

Вариант 4.

Александр Карпов считает, что компания не должна, пытаясь добиться успеха на рынке управленческого консалтинга, размахивать флагом «1С». То, что у компании много клиентов по направлению «1С», вовсе не означает, что у нее будут клиенты по направлению «управленческий консалтинг». Если консультанты думают, что управленческий консалтинг дается в нагрузку к программе типа «1С», то и клиенты тем более будут так же думать. При этом заказчики решат, что управленческий консалтинг - это что-то дополнительное и вовсе не обязательное. Нельзя продавать в одном пакете услуги, которые имеют разную природу.

Критерии оценки:

- 9-12 баллов - 5 (отлично) ставится за полные ответы на все вопросы с включением в содержание ответа (лекции) преподавателя, материала учебников и дополнительной литературы.

- 7-8 баллов - 4 (хорошо) ставится за полный ответ на вопросы в объеме рассказа (лекции) преподавателя или ответ с включением в содержание материала учебника, дополнительной литературы, но с незначительными неточностями.

- 5-6 баллов - 3 (удовлетворительно) ставится за ответ, в котором освещены в полном объеме два из трех вопросов или освещены все вопросы более чем наполовину, включая главное в содержании.

- 1-4 балла - 2 (неудовлетворительно) ставится за ответ, в котором освещен в полном объеме один из трех вопросов, или освещены менее половины требуемого материала или не описано главное в содержании вопросов, или нет ответов, или письменная работа не сдана.

3. Реферат

Проверяемые компетенции:

-умение проводить совещания: выбирать тему, формировать регламент, анализировать проблемное поле, информировать другие, принимать совместные решения (ПК-25)

Реферат – продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.

Примерная тематика рефератов

1. Консалтинг как разновидность экспертной помощи.
2. Участники процесса консультирования.
3. Консультирование и управленческая деятельность.

4. Организация как система.
5. Консультанты как часть системного управления.
6. Консультирование как задача.
7. Сложность работы консультанта.
8. Внутренние и внешние консультанты.
9. Классификация консультационной деятельности.
10. Консалтинг в области управления и маркетинга.
11. Аутсорсинг как направление консалтинга.
12. Типология консультирования.
13. Обзор ситуации в области консалтинга.
14. Основы взаимодействия консультанта с клиентом.
15. Контракт на консультационные услуги: принципы организации отношений, поведенческие аспекты, организация выполнения работ причины разочарований.
16. Модели консультирования.
17. Виды консультационных организаций.
18. Организация внутреннего консультирования.
19. Ассоциации консультантов.
20. Поиск консультационной фирмы.

КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ

Критерии	Показатели	Баллы
1. Новизна реферированного текста Макс. – 3 балл	- актуальность проблемы и темы;	1
	- новизна и самостоятельность в постановке проблемы, в формулировании нового аспекта выбранной для анализа проблемы;	1
2. Степень раскрытия сущности проблемы Макс. – 3 балл	- полнота и глубина раскрытия основных понятий проблемы;	1
	- умение аргументировать основные положения и выводы.	1
3. Обоснованность выбора источников Макс. – 3 балл	- круг, полнота использования литературных источников по проблеме;	1
	- привлечение новейших работ по проблеме (журнальные публикации, материалы сборников научных трудов и т.д.).	1
4. Соблюдение требований к оформлению Макс. – 4 балла	- правильное оформление ссылок на используемую литературу;	1
	- культура оформления;	1
	- владение терминологией и понятийным аппаратом проблемы;	1
5. Грамотность Макс. – 1 балл	- отсутствие орфографических и синтаксических ошибок, стилистических погрешностей;	1
ИТОГО в соответствии с рейтингом		10

4. Конспект статьи, 10 баллов

Проверяемые компетенции:

-умение проводить совещания: выбирать тему, формировать регламент, анализировать проблемное поле, информировать другие, принимать совместные решения (ПК-25)

Конспект статьи позволяет формировать и оценивать умения обучающихся по переработке информации или при работе с научной литературой.

Конспекты статьи и рекомендованной литературы по теме оцениваются с учетом труда, вложенного в их подготовку. Конспект не является стенограммой или полным переписыванием: обучающийся должен научиться отбирать основное.

При конспекте письменного источника обязательно указывается автор статьи, место и год издания, а на полях помечаются страницы, где расположен конспектируемый текст. Качество конспекта значительно повышается, когда обучающийся сопровождает его своими комментариями, схемами или таблицами.

КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ

Критерии оценки конспекта статьи: Уровень усвоения	Баллы	Описание
Отлично (1,0)	5	соблюдена логика изложения вопроса статьи; материал изложен в полном объеме; выделены ключевые моменты статьи; даны все необходимые пояснения; приведены примеры, иллюстрирующие ключевые моменты темы.
Хорошо (0,75)	4	достаточно полно изложен материал, выделена проблема, приведены примеры.
Удовлетворительно (0,5)	2	имеются не точности в изложении материалы, недостаточно полно изложены проблема, имеются несущественные ошибки в освещении отдельных положений проблемы.
Неудовлетворительно	0	конспект составлен небрежно и неграмотно, имеются нарушения логики изложения материала статьи, не приведены иллюстрационные примеры, не выделены ключевые моменты статьи.

5. Статья

Проверяемые компетенции:

-умение проводить совещания: выбирать тему, формировать регламент, анализировать проблемное поле, информировать другие, принимать совместные решения (ПК-25)

Примерная тематика научных статей

1. Инновационная составляющая консультационного маркетинга в России и за рубежом.
2. История возникновения и становления маркетинга консультационных услуг.
3. Перспективы управленческого консультирования в национальной экономической системе.
4. Субъекты корпоративных отношений и их интересы
5. Существующие механизмы корпоративного управления и уровни управления в компаниях
6. Институциональная основа корпоративного управления
7. Основные принципы эффективного корпоративного управления
8. Основные элементы системы эффективного корпоративного управления
9. Преимущества эффективного корпоративного управления для компании
10. Основные механизмы обеспечения эффективного уровня корпоративного управления
11. Последствия несовершенного корпоративного управления
12. Международные принципы корпоративного управления
13. Принципы Российского кодекса корпоративного поведения
14. Органы управления в акционерных обществах и их компетенции в соответствии с законодательством

15. Органы управления в обществах с ограниченной ответственностью и их компетенции в соответствии с законодательством

16. Состав и структура совета директоров компании

Критерии оценки научной статьи	Показатели оценивания	Баллы
1. Качество оформления научной статьи	Статья содержит: • аннотацию; • актуальность; • основную часть • выводы; • список литературы Объем статьи - не менее 3 и не более 5 страниц, написанных в формате Microsoft Word (шрифт «Times New Roman», размер – 14pt). Количество источников в списке литературы не менее 3-х.	3
2. Качество содержания научной статьи	Тематика статьи сформулирована достаточно грамотно, ясно и отражает основное содержание статьи	2
	В тексте статьи обоснована актуальность исследуемой проблемы, показана недостаточность научного знания для педагогической теории и практики	3
	В основной части статьи представлен сравнительный анализ различных точек зрения ученых на данную проблемную область, дана критическая оценка, ярко выражена авторская позиция	3
	Выводы обоснованы, содержат конструктивные предложения по решению проблемы	2
ИТОГО в соответствии с рейтингом		10

6. Экзамен

Проверяемые компетенции:

-умение разрабатывать и внедрять политику привлечения, подбора и отбора конкурентоспособности персонала (ПК-3)

-умение проводить совещания: выбирать тему, формировать регламент, анализировать проблемное поле, информировать другие, принимать совместные решения (ПК-25)

Перечень вопросов к экзамену:

1. Консалтинг как разновидность экспертной помощи.
2. Участники процесса консультирования.
3. Консультирование и управленческая деятельность.
4. Организация как система.
5. Консультанты как часть системного управления.
6. Консультирование как задача.
7. Сложность работы консультанта.
8. Внутренние и внешние консультанты.

9. Классификация консультационной деятельности.
10. Консалтинг в области управления и маркетинга.
11. Аутсорсинг как направление консалтинга.
12. Типология консультирования.
13. Обзор ситуации в области консалтинга.
14. Основы взаимодействия консультанта с клиентом.
15. Контракт на консультационные услуги: принципы организации отношений, поведенческие аспекты, организация выполнения работ причины разочарований.
16. Модели консультирования.
17. Виды консультационных организаций.
18. Организация внутреннего консультирования.
19. Ассоциации консультантов.
20. Поиск консультационной фирмы.
21. Выявление потенциальных консультантов.
22. Анализ предложений консультационных фирм.
23. Цена консультационной услуги.
24. Оценки клиента.
25. Классификация методов консультирования.
26. Методы консультирования направленные на решение управленческих проблем.
27. Формирование фонда методов.
28. Качество консультационных услуг.
29. Отчет о результатах консультирования.
30. Представление результатов работы клиенту.
31. Результативность и эффективность консультирования.
32. Параметры разработки стратегии организации.
33. Определение действующей стратегии организации.
34. Варианты эталонных стратегий.
35. Философия развития муниципальных образований. Подходы к разработке стратегии муниципального образования.
36. Подходы к разработке стратегии муниципального образования. Сбалансированная система показателей как инструмент детализации стратегии.

КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ

Оценивание студентов на экзамене проводится в соответствии с Положением о рейтинговой системе текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов ГОУ ВПО «ВГПУ» от 31 августа 2009 г.

При семестровой аттестации студентов критериями выставления оценки на экзамене выступает степень полноты освоения студентом основного содержания дисциплины, изученной в семестре:

– оценка 35–40 баллов выставляется студенту, обнаружившему всестороннее осознанное систематическое знание учебно-программного материала и умение им самостоятельно пользоваться, проявляющему творческие способности в понимании, изложении и использовании учебно-программного материала, умеющему свободно выполнять практические задания, освоившему основную литературу и знакомому с дополнительной литературой, рекомендованной программой, усвоившему взаимосвязь основных понятий дисциплины, в их значении для приобретаемой профессии;

– оценка 26–34 баллов выставляется студенту, обнаружившему полное знание учебно-программного материала, успешно выполнившему предусмотренные программой задачи, усвоившему основную рекомендованную литературу, показавшему систематический характер знаний по дисциплине и способному к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учёбы и профессиональной деятельности; знания и умения студента в основном соответствуют требованиям, установленным выше, но при этом студент

допускает отдельные неточности, которые он исправляет самостоятельно при указании преподавателя на данные неточности;

– оценка 15–25 баллов выставляется студенту, обнаружившему знание основного учебно-программного материала в объёме, необходимом для дальнейшего обучения и предстоящей работы по профессии, справляющемуся с выполнением заданий, предусмотренных программой, обладающему необходимыми знаниями, но допускающему неточности при ответе или выполнении заданий; студент показывает осознанное усвоение большей части изученного содержания и исправляет допущенные ошибки после пояснений, данных преподавателем;

– оценка 1–14 баллов выставляется студенту, обнаружившему существенные пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий; при этом студент обнаруживает незнание большей части изученного в семестре (экзаменуемого) материала, не справляется с решением практических задач и не может ответить на дополнительные вопросы преподавателя.