

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 **«Коммуникативный менеджмент»**

Направление 38.04.02 «Менеджмент»

Магистерская программа «Управление человеческими ресурсами»

очная форма обучения

Заведующий кафедрой

Змс / *Е.В. Зудича*
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:

- готовностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности (ОПК-1);
- способностью управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями (ПК-1);
- способность применять на практике разнообразные методы и технологии управления человеческими ресурсами и теоретически обосновывать эффективность их применения при решении профессиональных задач (СК-1).

Этапы формирования компетенций в процессе освоения ОПОП

Код компетенции	Этап базовой подготовки	Этап расширения и углубления подготовки	Этап профессионально-практической подготовки
ОПК-1	Корпоративные финансы	Автоматизированные информационные системы управления человеческими ресурсами, Бизнес-графика и презентационные технологии, Коммуникативный менеджмент, Нормативно правовое регулирование социально-трудовых отношений	
ПК-1	Стратегический дрейф	Деловой иностранный язык, Коммуникативный менеджмент, Правовые основы управленческой деятельности, Психолого-педагогическая компетентность менеджера, Современная теория и практика мотивации и стимулирования труда, Современные методы оценки трудового потенциала, Технологии рекрутмента, Управление	Преддипломная практика

		инновациями, Управление социально-экономическими системами, Управленческие инновации в управлении человеческими ресурсами	
СК-1		Коммуникативный менеджмент, Современная теория и практика мотивации и стимулирования труда, Стратегическое управление человеческими ресурсами, Техника принятия эффективных управленческих решений в трудовой сфере, Технологии рекрутмента, Управленческие инновации в управлении человеческими ресурсами	Научно-исследовательская работа, Преддипломная 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	Теоретические и методологические основы коммуникационного менеджмента	ОПК-1	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – особенности и типы участников коммуникационных процессов; – особенности и типы участников коммуникационных процессов; <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – выполнять задачи и функции внутренних и внешних коммуникаций; – выполнять задачи и функции внутренних и внешних

			<p>коммуникаций;</p> <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота; – навыками анализа информации о функционировании системы внутреннего документооборота;
2	Коммуникационный менеджмент и групповое поведение	ОПК-1, СК-1	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – принципы и закономерности процессов коммуникации в коллективе; – основы документационного и информационного обеспечения участников организации; <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – анализировать информацию о функционировании внутреннего документооборота организации; – анализировать информацию о функционировании внутреннего документооборота организации; <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками ведения баз данных по различным показателям; – навыками ведения баз данных по различным показателям;
3	Коммуникационный менеджмент и эффективное управление организацией	ПК-1, СК-1	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основы документационного и информационного обеспечения участников организации; – принципы и закономерности процессов коммуникации в коллективе; <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – осуществлять информационное обеспечение участников организационных проектов; – осуществлять информационное обеспечение участников организационных проектов; <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками формирования информационного обеспечения участников организационных проектов; – навыками формирования информационного обеспечения участников организационных проектов;

Критерии оценивания компетенций

Код компетенции	Пороговый (базовый) уровень	Повышенный (продвинутый) уровень	Высокий (превосходный) уровень
ОПК-1	Несистематическое использование знаний о готовности к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности.	Определенные пробелы в знаниях о готовности к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности.	Сформированные систематические представления о готовности к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности.
ПК-1	Несистематическое использование знаний о способности управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями.	Определенные пробелы в умениях применять способности управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями.	Сформированное умение применять способности управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями.
СК-1	Неполное умение применять на практике разнообразные методы и технологии управления человеческими ресурсами и теоретически обосновывать эффективность их применения при решении профессиональных задач.	Определенные пробелы в умении применять на практике разнообразные методы и технологии управления человеческими ресурсами и теоретически обосновывать эффективность их применения при решении профессиональных задач.	Сформированное умение применять на практике разнообразные методы и технологии управления человеческими ресурсами и теоретически обосновывать эффективность их применения при решении профессиональных задач.

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

№	Оценочное средство	Баллы	Оцениваемые компетенции	Семестр
----------	---------------------------	--------------	--------------------------------	----------------

1	Опрос	15	ОПК-1, СК-1	4
2	Контрольная работа	12	ПК-1	4
3	Реферат	10	ОПК-1	4
4	Конспект статьи	10	ПК-1, СК-1	4
5	Статья	13	ПК-1, СК-1	4
6	Зачет	40	ОПК-1, ПК-1, СК-1	4

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

Студент, набравший в сумме 60 и менее баллов, получает отметку «незачтено». Студент, набравший 61-100 баллов, получает отметку «зачтено».

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. Зачет

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по дисциплине «Коммуникативный менеджмент»

Направление 38.04.02 «Менеджмент» магистерская программа «Управление человеческими ресурсами»

1. Опрос

Проверяемые компетенции:

- готовность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности(ОПК-1).
- умение применять на практике разнообразные методы и технологии управления человеческими ресурсами и теоретически обосновывать эффективность их применения при решении профессиональных задач(СК-1).

Вопросы для опроса:

1. Концептуальные основы коммуникативного менеджмента (КМ).
2. Информационные и коммуникативные потребности организации.
3. Двудеятельная природа КМ, сфера его применения.
4. Общая характеристика объектов коммуникативного менеджмента.
5. Прикладная и целевая направленность КМ.
6. Коммуникативные модели в управленческой деятельности.

7. Методы исследования и основы планирования в коммуникативном менеджменте.
8. Критерии оценки эффективности КМ.
9. Коммуникативный менеджмент и паблицитный капитал.
10. Синергетический эффект в интегрированном коммуникативном менеджменте.
11. Основные направления коммуникативного менеджмента.
12. КМ и менеджмент коммуникаций
13. Планирование коммуникаций. Предвидение проблем и возможных реакций.
14. Исследование и селективная идентификация проблем. Внимание к сильным и слабым местам.
15. Установление отношений с независимыми экспертами.
16. Планирование отношений со СМИ и различными группами общественности. Планирование в направлении «извне - во внутрь».
17. Сбор, хранение и обновление данных о деятельности организации конкретность, целесообразность и осуществимость предлагаемых мероприятий.
18. Верная стратегия и тактика коммуникаций. Внутренняя и внешняя составляющие плана кризисных коммуникаций.
19. Оценка коммуникаций организации.
20. Выбор адекватной модели коммуникативного управления.
21. Ключевые факторы коммуникативного менеджмента: действия.
22. Адресность информационных потоков. Внешние и внутренние аудитории: мониторинг состояния и реакций.
23. Выделение «неотложных» аудиторий и формирование ключевых сообщений.
24. Исключительная роль персонала в коммуникативном процессе, уровни вовлеченности, заинтересованности, ответственности, компетентности и дифференциация восприятия происшедшего сотрудниками.
25. Оценка обществом поведения руководства и возможности ее корректировки.
26. Коммуникативная модель влияния различных ситуаций на сотрудников организации.
27. Доведение до общественного сознания и закрепление в нем определенных тезисов.
28. Работа с периферийными группами общественности.
29. Метод обратной связи в кризисных коммуникациях.
30. Миссия, ценности и история компании – драйверы организации и основа репутационной стратегии. Критерии успешных формулировок миссии.
31. Опыт определения своих миссий иностранными и российскими компаниями.
32. Ценности заявленные и ценности проявленные.
33. Постоянство и изменчивость ценностей. Значение истории компании для внешних и внутренних целевых аудиторий. Использование историй в репутационном менеджменте: приемы и примеры.
34. Комплексные программы развития корпоративной культуры предприятия.
35. Аудит и развитие внутренних коммуникаций.
36. Креативные разработки в репутационном менеджменте.
37. Интенсивность присутствия в информационном пространстве как важная составляющая репутационного менеджмента.
38. Эффективное построение внешних коммуникаций организации, разработка и выпуск корпоративного медиа-продукта (газеты, радио, ТВ, Web-сайт).
39. Формирование репутации как презентация субъекта информационного процесса.
40. Создание климата доверия общественности к товару, организации; налаживание и поддержание взаимовыгодных связей между организацией и общественностью, от которой зависит ее успех или неудача.
41. Диалог с целевыми аудиториями. Диалог как постоянный процесс.
42. Уровни и стереотипы восприятия. Выделение «неотложных» аудиторий и формирование ключевых сообщений.
43. Исключительная роль персонала в коммуникационном процессе, уровни вовлеченности, заинтересованности, ответственности, компетентности и дифференциация восприятия происшедшего сотрудниками.

44. Оценка обществом поведения руководства и возможности ее корректировки.
45. Доведение до общественного сознания и закрепление в нем определенных тезисов.
46. Работа с периферийными группами общественности.
47. Метод обратной связи в коммуникациях и его значение для успешного построения и поддержания репутации.
48. Манипуляции, манипуляторы, манипулируемые в современном обществе. Организационно-процедурные уловки. Психологические уловки. Механизм нейтрализации манипуляций в общении.
49. Уровни манипуляции: межличностные, групповые, массовые. Манипуляции на административном уровне, в деловой и политической жизни.
50. Методология информационных войн в практике агентств по связям с общественностью.
51. Утечки информации. Фактоиды. Запланированные ассоциации. Мнение авторитетного посредника.
52. Коммуникативный менеджмент в мультикультурной среде.
53. Факторы глобализации и их связь с КМ.
54. Развитие глобальных коммуникаций и формирование унифицированной массовой культуры и др.
55. Российский и западный опыт коммуникационного менеджмента.

Критерии оценивания

Критерии	Показатели	Баллы
Качество ответа	Ответ правильный. Содержит примеры. Полностью отражает суть вопроса.	5
Качество ответа	Ответ правильный, но имеются неточности. Приводится пример.	4
Качество ответа	Ответ правильный, но имеются серьезные недочеты	3
Качество ответа	Ответ правильный, но имеются серьезные недочеты	3
Качество ответа	Ответ неверный	0
ИТОГО в соответствии с рейтингом		15

КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА

Проверяемые компетенции:

- умение применять на практике разнообразные методы и технологии управления человеческими ресурсами и теоретически обосновывать эффективность их применения при решении профессиональных задач(ПК-1).

Контрольные работы на семинарских занятиях направлены на расширение представлений студентов об использовании имеющихся знаний, умений и навыков; творческих способностей, творческих качеств личности, видов диагностики и особенностей методов развития творческого мышления, ориентированных на получение знаний. Также возможно, что предлагается раздаточный материал, который студенты изучают в парах, проводя затем взаимоконтроль.

Вопросы и задания, предлагаемые студентам для контрольной работы, должны выявлять умения работать с учебно-методической и научной литературой, а также интернет-ресурсами. В качестве примера может выступать подготовленный доклад или сообщение.

Доклад, сообщение – продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной задачи.

Примерные задания контрольных работ:

1. *Задание 1.* Назовите коммуникационные потребности вашей организации.
2. *Задание 2.* Проанализируйте деятельность всех участников коммуникационного процесса, осуществляемого вашей компанией (для примера можно взять любую известную организацию). Если бы Вы были специалистом по КМ компании, то каких участников коммуникационного процесса Вы сочли бы наиболее важными для вашей компании? Дайте свои объяснения.
3. *Задание 3.* Если бы Вы пошли в организацию (для примера можно взять любую известную организацию), то как бы Вы приступили к анализу тех пунктов плана деятельности компании, где необходима координация коммуникационных обращений?
4. *Задание 4.* Дайте характеристику организационным структурам вашей компании для осуществления коммуникационного менеджмента.
5. *Задание 5.* Назовите виды коммуникационных систем.
6. *Задание 6.* Охарактеризуйте приемы усиления типовых отрицательных и положительных стереотипов клиентов на примере вашей организации.
7. *Задание 7.* Составьте примерный список проблем, с которыми может столкнуться: а. Торговая фирма б. Политическая партия с. Телекомпания д. Ваше учебное заведение
8. *Задание 8.* Вы возглавляете службу КМ крупного отраслевого предприятия (холдинга). Разработайте предложения по проблемам кризисных коммуникаций. Какие исследования понадобятся провести? Какие виды рекомендаций этой программы были бы адресованы высшему руководству предприятия? Какие трудности могут возникнуть в процессе управления проблемами? Какие меры необходимы для своевременного информирования общественности о возможных рисках, связанных с деятельностью организации? Подготовьте комплект указаний для разработки здоровых отношений между СМИ и отделом по связи с общественностью вашей фирмы?
9. *Задание 9.* Допустим, что вы начальник отдела по связям с общественностью банка. Предположим, что один из ведущих клиентов банка, обанкротился. Президент спрашивает вас: что сообщить средствам массовой информации для программ новостей. Ваши рекомендации?
10. *Задание 10.* Воспользуйтесь предположением о банкротстве одного из ведущих клиентов вашего банка как предлогом для разработки кризисного плана. Разработайте схему, в которой намечены различные варианты кризисных сценариев и кризисных коммуникаций. Сформируйте ключевые роль представителей старшего управленческого звена и роли представителей отдела по связям с общественностью.
11. *Задание 11.* Работа с данными Интернета. Пресса сообщает, что на швейном предприятии вашей компании незаконно используется труд несовершеннолетних. Вам предстоит потеря клиентов и судебный процесс. Вы решаете обратиться за помощью к стороннему агентству по связям с общественностью. Посетите web-сайты как минимум трех международных агентств, занимающихся ПР, чтобы посмотреть, кого бы вы могли нанять. Вот некоторые из предлагаемых страниц в сети: FleishmanHillard (www.fleish.com) KetchumPublicRelations (www.ketchum.com) PorterNovelliInternational (www.pninternational.com) EdelmanWorldwide (www.edelman.com) Burson-Marsteller (www.bm.com) Hill&Knowlton (www.hillandknowlton.com) Просмотрите каждый сайт. Укажите где находятся

представительства агентства, каков опыт его работы в кризисных ситуациях в аналогичных случаях. Опишите ваши находки и рекомендации в отчете на 2-3 страницы.

12. *Задание12.* Представьте, что Вы являетесь руководителем службы коммуникационного менеджмента у известного модельера, который пытается ориентировать подростков на рынок одежды для взрослых. Творческая группа вашего ателье разработала образцы печатной рекламы и рекламных щитов, на которых изображен лидер всемирной террористической группировки. Первые исследования показали, что большая часть вашей молодежной аудитории благожелательно восприняла и запомнила данную рекламу, однако некоторым подросткам она не понравилась, поскольку вызвала у них опасения по поводу возможного создания культа насилия в обществе. Будет ли использование подобной рекламы означать отсутствие у Вас социальной ответственности? Будет ли ее использование целесообразным для вашей фирмы? Объясните свои ответы с точки зрения возможностей применения КМ.
13. *Задание13.* Представьте себе, что Вы являетесь руководителем службы коммуникационного менеджмента компании, производящей сотовые телефоны, и занимаетесь разработкой новой программы с использованием КМ для стран Восточной Европы. Какие разделы этой программы будут отличаться от аналогичной программы, разработанной для Северной Америки и Западной Европы? Какие ее части останутся без изменения?
14. *Задание14.* Кратко опишите основные глобальные факторы, влияющие на коммуникативный менеджмент крупных корпораций России.

Критерии оценивания ответов контрольной работы

Критерии	Показатели	Баллы
Качество ответа	<ul style="list-style-type: none"> - производит выдающееся впечатление, сопровождается иллюстративным материалом; - рассказывается, но не объясняется суть работы; - зачитывается 	0-3
Использование демонстрационного материала	<ul style="list-style-type: none"> - автор представил демонстрационный материал и прекрасно в нем ориентировался; - использовался в докладе, хорошо оформлен, но есть неточности; - представленный демонстрационный материал не использовался докладчиком или был оформлен плохо, неграмотно. 	0-2
Качество ответов на вопросы	<ul style="list-style-type: none"> - отвечает на вопросы; - не может ответить на большинство вопросов; - не может четко ответить на вопросы 	0-2
Владение научным и специальным аппаратом	<ul style="list-style-type: none"> - показано владение специальным аппаратом; - использованы общенаучные и специальные термины; - показано владение базовым аппаратом 	0-2

Четкость выводов	- полностью характеризуют работу; - нечетки; - имеются, но не доказаны	0-3
ИТОГО в соответствии с рейтингом		12

РЕФЕРАТ

Проверяемые компетенции:

- готовность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности (ОПК-1).

Под рефератом подразумевается творческая исследовательская работа, основанная, прежде всего, на изучении значительного количества научной и иной литературы по теме исследования в размере 10-15 страниц. Другие методы исследования могут, конечно, применяться (и это поощряется), но достаточным является работа с литературными источниками и собственные размышления, связанные с темой. Прочитав определенное количество книг, брошюр и статей, сделав выписки и конспекты, составив план реферата, студент пишет реферат, включающий: титульный лист, план, текст реферата, библиографический список.

Текст реферата должен быть написан разборчиво. Для выступления по реферату студенту отводится до 10 минут на семинарах. При выступлении предпочтительнее, чтобы он не читал текст, а говорил свободно, лишь заглядывая в написанную работу. Если озвучивание реферата невозможно (нет времени, у студента болит горло или имеется иная серьезная причина), он сдается для оценки преподавателю.

Реферативный обзор журнала отличается от реферата только своим источником, он выполняется на основе тщательного изучения статей одного журнала.

Тематика рефератов:

1. Коммуникативный менеджмент как процесс
2. Информация, коммуникативная среда и сферы коммуникации
3. Функции менеджера в сфере коммуникаций
4. Выбор аудиторий и средств коммуникации
5. Организация работ по реализации планов в сфере коммуникационного менеджмента
6. Коммуникация как структура (школа научного управления, школа человеческих отношений, школа социальных систем)
7. Структура коммуникаций в организации
8. Коммуникация как элемент управленческой деятельности
9. Задачи и принципы коммуникационного менеджмента.
10. Роль коммуникационного менеджмента в формировании корпоративной культуры.
11. Этапы коммуникации
12. Система внешних коммуникаций организации.
13. Особенности коммуникационного менеджмента при работе с персоналом организации
14. Виды информирования, понятие ключевой и целевой аудитории.
15. Особенности проведения информационных кампаний
16. Коммуникативный менеджмент в стратегическом управлении организацией
17. Виды межличностной коммуникации
18. Этапы процесса межличностной коммуникации
19. Механизмы понимания людьми друг друга в межличностной коммуникации
20. Факторы, влияющие на восприятие людей в межличностной коммуникации
21. Работа с персоналом в кризисных ситуациях

22. Этнопсихологические особенности управления в многонациональных коллективах.
23. Задачи коммуникационного менеджмента в формировании корпоративной культуры.
24. Коммуникативный менеджмент при решении конфликтов
25. Особенности коммуникационного менеджмента в диффузной группе, конгломерате, толпе, кооперации, корпорации и коллективе
26. Особенности коммуникационного менеджмента в группах различной численности: диаде, триаде, из 4-х, 5-и и более человек
27. Понятие о коммуникационных сетях
28. Основные понятия массовой коммуникации: коммуникативный резонанс, лидеры мнений, устойчивые формы коммуникативного управления.
29. Методы манипуляции общественным сознанием через СМИ.
30. Понятие об информационной войне.
31. Коммуникативный менеджмент в работе с клиентами, конкурентами, инвесторами
32. Коммуникативный менеджмент в работе с общественностью в мезо-среде фирмы, во взаимоотношениях с органами государственного и местного управления.
33. Связи с общественностью в государственных организациях, лоббизм
34. Развитие форм работы с общественностью в политических и общественных организациях.
35. Предварительный анализ исходной и желаемой ситуации, анализ возможностей и рисков.
36. Технология планирование работ.
37. Стратегическое планирование и тактическое распределение мероприятий и инструментов.
38. Планирование сроков и определение бюджета коммуникаций. Реализация коммуникационной политики.
39. Техника проведения коммуникационной политики
40. Контроль успеха и измерение результатов коммуникационной политики
41. Назначение, структура и состав отдела со связями с общественностью
42. Организация текущей работы отдела по связям с общественностью
43. Основные знания и умения специалиста в сфере PR.
44. Особенности коммуникативного менеджмента в корпоративных культурах разных стран
45. Учет национальных особенностей менталитета представителей разных стран в коммуникационном менеджменте

Критерии оценки качества подготовки реферата

До 10 балла	<ul style="list-style-type: none"> – Соответствие плана и содержания реферата его теме. – Реализация цели реферата. – Текст основан на систематизации и, обобщении материала, сопоставлении разных точек зрения по рассматриваемому вопросу. – Научный стиль изложения. – Грамотное оформление текста (технически, орфографически, пунктуационно).
До 8 баллов	<ul style="list-style-type: none"> – Соответствие плана и содержания реферата его теме. – Реализация цели реферата. – Текст основан на систематизации и, обобщении материала, сопоставлении разных точек зрения по рассматриваемому вопросу. – Небольшие ошибки в научном стиле изложения; оформлении текста (технически, орфографически, пунктуационно)
До 6 баллов	<ul style="list-style-type: none"> – Соответствие плана и содержания реферата его теме. – Реализация цели реферата.

	<ul style="list-style-type: none"> – Текст слабо структурирован, слабо основан на систематизации и обобщении материала, сопоставлении разных точек зрения по рассматриваемому вопросу. – Небольшие ошибки в научном стиле изложения; – Ошибки в оформлении текста (технически, орфографически, пунктуационно)
До 1 балла (невыполнение задания)	<ul style="list-style-type: none"> – Несоответствие плана и содержания реферата его теме. – Не реализация цели реферата.

Критерии оценки реферата

Критерии	Показатели	Баллы
Новизна реферированного текста	<ul style="list-style-type: none"> - актуальность проблемы и темы; - новизна и самостоятельность в постановке проблемы, в формулировании нового аспекта выбранной для анализа проблемы; - наличие авторской позиции, самостоятельность суждений 	0-2
Степень раскрытия сущности проблемы	<ul style="list-style-type: none"> - соответствие плана теме реферата; - соответствие содержания теме и плану реферата; - полнота и глубина раскрытия основных понятий проблемы; - обоснованность способов и методов работы с материалом; - умение работать с литературой, систематизировать и структурировать материал; - умение обобщать, сопоставлять различные точки зрения по рассматриваемому вопросу, аргументировать основные положения и выводы. 	0-2
Обоснованность выбора источников	<ul style="list-style-type: none"> - круг, полнота использования литературных источников по проблеме; - привлечение новейших работ по проблеме (журнальные публикации, материалы сборников научных трудов и т.д.). 	0-2
Соблюдение требований к оформлению	<ul style="list-style-type: none"> - правильное оформление ссылок на используемую литературу; - грамотность и культура изложения; - владение терминологией и понятийным аппаратом проблемы; - соблюдение требований к объему реферата; - культура оформления: выделение абзацев. 	0-2
Грамотность	<ul style="list-style-type: none"> - отсутствие орфографических и синтаксических ошибок, стилистических погрешностей; - отсутствие опечаток, сокращений слов, 	0-2

	кроме - литературный стиль.	общепринятых;
ИТОГО в соответствии с рейтингом		10

КОНСПЕКТ СТАТЬИ

Проверяемые компетенции:

- умение применять способности управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями(ПК-1).
- умение применять на практике разнообразные методы и технологии управления человеческими ресурсами и теоретически обосновывать эффективность их применения при решении профессиональных задач(СК-1).

Конспéкт (лат. conspectus — обозрение, обзор, очерк) — краткое изложение или краткая запись содержания чего-либо (темы, раздела в науке/искусстве, предмета, произведения и т.п.). Студент конспектирует научные статьи по актуальным проблемам курса. Результаты конспектирования могут представляться на семинарском занятии в форме доклада с последующим обсуждением.

Критерии оценивания конспекта статьи

Баллы	Оценка
10	Конспект содержит полный объем (100%) материалов статьи. Записи систематизированы в соответствие со структурой статьи. Конспект прилежный.
8	Конспект содержит не менее 80% объема материалов статьи. Записи систематизированы в соответствие со структурой статьи. Конспект прилежный.
5	Конспект содержит не менее 70% объема материалов статьи. Записи систематизированы в соответствие со структурой статьи. Конспект имеет небрежности.
2	Конспект содержит не менее 50% объема материалов статьи. Записи систематизированы в соответствие со структурой статьи. Конспект небрежный.
0	Конспект содержит менее 50% объема материалов статьи. Записи систематизированы в соответствие со структурой статьи. Конспект небрежный.

СТАТЬЯ

Проверяемые компетенции:

- умение применять способности управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями (ПК-1).
- умение применять на практике разнообразные методы и технологии управления человеческими ресурсами и теоретически обосновывать эффективность их применения при решении профессиональных задач (СК-1).

Статья – конечный продукт, получаемый в результате планирования и выполнения комплекса учебных и исследовательских заданий. Позволяет оценить умения обучающихся самостоятельно конструировать свои знания в процессе решения практических задач и

проблем, ориентироваться в информационном пространстве и уровень сформированности аналитических, исследовательских навыков, навыков практического и творческого мышления. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.

Статья предполагает самостоятельную работу студентов по изготовлению интеллектуального продукта в рамках предложенной тематики, обладающий субъективной или объективной новизной.

Критерии оценки качества выполнения статьи

До 13 баллов	<ul style="list-style-type: none"> – содержание статьи соответствует теме; – цель статьи реализована; – научные категории (термины) используются правильно; – информация четко систематизирована и структурирована; – информационные ресурсы статьи разнообразны и многочисленны; – актуальность темы и проблемы статьи представлена полностью; – присутствует рефлексия проделанной работы; – ссылки, цитаты оформлены правильно, текст написан грамотно.
До 15 баллов	<ul style="list-style-type: none"> – содержание статьи соответствует теме; – цель статьи реализована; – научные категории (термины) используются правильно; – информация четко систематизирована и структурирована; – информационные ресурсы статьи разнообразны и многочисленны; – актуальность темы и проблемы статьи представлена не полностью; – рефлексия проделанной работы представлена не полностью; – ссылки, цитаты оформлены правильно, текст написан грамотно.
До 10 баллов	<ul style="list-style-type: none"> – содержание статьи соответствует теме; – цель статьи реализована не полностью; – научные категории (термины) используются правильно; – информация систематизирована и структурирована; – информационные ресурсы статьи разнообразны, но не многочисленны; – актуальность темы и проблемы статьи представлена не полностью; – отсутствует рефлексия проделанной работы; – ссылки, цитаты оформлены правильно, текст написан грамотно.
До 6 баллов	<ul style="list-style-type: none"> – содержание статьи соответствует теме; – цель статьи реализована не полностью; – научные категории (термины) используются не всегда корректно; – информация систематизирована и структурирована, но нечетко; – информационные ресурсы статьи не многочисленны и однообразны; – актуальность темы и проблемы статьи представлена не полностью; – отсутствует рефлексия проделанной работы; – ссылки, цитаты оформлены не совсем правильно, текст написан грамотно.
До 3 баллов	<ul style="list-style-type: none"> – содержание статьи не совсем соответствует теме; – цель статьи реализована не полностью; – научные категории (термины) используются не всегда корректно; – информация систематизирована и структурирована нечетко; – информационные ресурсы статьи немногочисленны;

	<ul style="list-style-type: none"> – актуальность темы и проблемы статьи не представлена; – отсутствует рефлексия проделанной работы; – ссылки, цитаты оформлены с ошибками, текст написан неграмотно.
До 1 балла (невыполнение задания)	<ul style="list-style-type: none"> – содержание статьи не соответствует теме; – цель статьи не реализована; – научные категории (термины) используются некорректно; – информация не систематизирована и не структурирована; – информационные ресурсы статьи немногочисленны; – актуальность темы и проблемы статьи не представлена; – отсутствует рефлексия проделанной работы; – ссылки, цитаты оформлены неправильно, текст написан неграмотно.

ЗАЧЕТ

Проверяемые компетенции:

- готовность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности (ОПК-1).
- умение применять способности управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями (ПК-1).
- умение применять на практике разнообразные методы и технологии управления человеческими ресурсами и теоретически обосновывать эффективность их применения при решении профессиональных задач (СК-1).

Цель зачета: целостная оценка уровня сформированности компетенций на данном этапе их формирования. На зачете оцениваются знания в совокупности с умениями и опытом деятельности, полученными студентом, как на учебных занятиях, так и в рамках самостоятельной работы по дисциплине.

Форма проведения: в устной форме по теоретическим вопросам зачета.

Перечень теоретических вопросов к зачету:

1. Определение и социальные функции коммуникативного менеджмента.
2. Модели коммуникативного менеджмента и их связь с типами общественного сознания.
3. Основные типы коммуникации.
4. Коммуникативный менеджмент и коммуникативная политика организации.
5. Место и роль коммуникативного менеджмента в развитии коллектива и личности.
6. Персонал организации. Средства внутриорганизационной коммуникации. PR и управление персоналом
7. Цели, задачи и функции коммуникативного менеджмента.
8. Основные этапы коммуникативного процесса в организации.
9. Обратная связь в коммуникации.
10. Коммуникатор, сообщение, аудитория как составные части коммуникативной среды.
11. Коммуникативное пространство. Организация управления коммуникативным пространством.
12. Коммуникативная структура организации.
13. Виды, формы и стили общения коммуникатора.
14. Формы и методы организационных коммуникаций, их роль в коммуникативном менеджменте.

15. Содержание ключевых проблем PR- деятельности.
16. Основные характеристики репутационных технологий.
17. Виды общения на групповом и межличностном уровне в организации.
18. Методы убеждения и внушения, механизмы заражения и подражания в коммуникации
19. Структура коммуникативной программы.
20. Приемы и методы работы с ключевыми и целевыми аудиториями в коммуникативном менеджменте.
21. Принципы целеполагания при планировании корпоративной коммуникации.
22. Критерии оценки эффективности корпоративных коммуникаций.
23. Понятия политический маркетинг, социальный маркетинг. Привести примеры их деятельности.
24. Методы сбора социальной информации в коммуникативном менеджменте.
25. Понятия лоббизм, спонсорство, меценатство.
26. Системный подход в коммуникативном менеджменте.
27. Процесс принятия решений в коммуникативном менеджменте.
28. Коммуникативный менеджмент в некоммерческой сфере.
29. Специфика коммуникаций в государственных и муниципальных органах государственной власти.
30. Особенности коммуникативного менеджмента в международной деятельности.
31. Коммуникативный менеджмент в кризисных и конфликтных ситуациях.
32. Цели кризисного менеджмента. Ошибки при реагировании на кризис.
33. Недостатки работы в PR- службы в кризисной ситуации.
34. Схема коммуникаций в кризисной ситуации.
35. Национальный характер и его отражение в коммуникативном менеджменте.
36. Мотивационный ресурс коммуникативного менеджмента.
37. Самоменеджмент в коммуникативном пространстве организации.
38. Особенности коммуникативного менеджмента в международной деятельности.
39. Задачи коммуникативного менеджмента в создании информационной привлекательности региона и предприятия, проблемы реализации.

Критерии оценки на зачете:

При семестровой аттестации студентов критериями выставления оценки на зачете 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 выполнившего 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 1–4 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 материала, не справляется с решением практических задач и не может ответить на дополнительные вопросы преподавателя.