

МИНПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Волгоградский государственный социально-педагогический университет»
Факультет психолого-педагогического и социального образования
Кафедра социальной работы

*Приложение к программе
учебной дисциплины*

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации студентов
по дисциплине **«Управленческие коммуникации в организации»**

Направление 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль «Реклама и связи с общественностью»

заочная форма обучения

Заведующий кафедрой

_____ /Калачев А.В.

« 13 » _____ мая _____ 2022 г.

Волгоград
2022

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:

– способен организовывать продвижение продукции СМИ (ПК-2).

Этапы формирования компетенций в процессе освоения ОПОП

Код компетенции	Этап базовой подготовки	Этап расширения и углубления подготовки	Этап профессионально-практической подготовки
ПК-2	Организация и проведение коммуникационных кампаний, Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью, Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламе, Теория и практика медиакommunikаций	Создание социокультурной среды средствами рекламы и связей с общественностью, Управленческие коммуникации в организации	

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	Понятие организации. Типы и структуры организаций	ПК-2	знать: – основные структурные элементы организации. Типологию организаций и учреждений. Иерархическую и функциональную структуру; уметь: – классифицировать организации в зависимости от необходимости построения коммуникации, а также

			основных моделей развития; владеть: – приемами структурного анализа и исследования специфики конкретной организации;
2	Содержание управленческих коммуникаций	ПК-2	знать: – определение и отличие управленческих от иных коммуникаций. Выявлять особенности общения с различными иерархическими системами в организации; уметь: – различать коммуникации в зависимости от стиля руководства и функционирования организации; владеть: – критериями анализа эффективности различных типов коммуникации в управлении;
3	Построение стратегии развития организации.	ПК-2	знать: – понятие "стратегия развития организации". Основные структурные компоненты стратегии и роль коммуникации; уметь: – применять коммуникативные навыки в русле диалога с руководителем, партнерами; владеть: – оценкой результативности различных стратегий развития и коммуникативными особенностями общения с различными типами управленцев;

Критерии оценивания компетенций

Код компетенции	Пороговый (базовый) уровень	Повышенный (продвинутый) уровень	Высокий (превосходный) уровень
ПК-2	Демонстрирует базовый уровень знаний о концепции продвижения продукции СМИ, (включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы); формирования коммуникационных	<input type="checkbox"/> демонстрирует глубокие знания о проведении о концепции продвижения продукции СМИ, (включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы); формирования	<input type="checkbox"/> демонстрирует свободное владение знаниями о концепции продвижения продукции СМИ, (включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы); формирования коммуникационных целей и маркетинговых стратегий, организации мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ

	целей и маркетинговых стратегий, организации мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ контроле и оценке эффективности результатов продвижения продукции СМИ.	коммуникационных целей и маркетинговых стратегий, организации мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ контроле и оценке эффективности результатов продвижения продукции СМИ.	контроле и оценке эффективности результатов продвижения продукции СМИ.
--	---	--	--

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

№	Оценочное средство	Баллы	Оцениваемые компетенции	Семестр
1	Экзамен	40	ПК-2	4л
2	Решение кейса	10	ПК-2	4з
3	Конспект статьи	10	ПК-2	4з
4	Контрольная работа	15	ПК-2	4з
5	Тест	10	ПК-2	4з
6	Подготовка реферата	15	ПК-2	4з

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. Экзамен
2. Решение кейса
3. Конспект статьи
4. Контрольная работа
5. Тест
6. Подготовка реферата