МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный
экономический университет»

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по дисциплине

КОРПОРАТИВНЫЕ РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Направление подготовки	42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»
Направленность (профиль) программы	«Реклама и связи с общественностью в бизнесе»
Уровень высшего образования	бакалавриат
Форма обучения	очная

Санкт-Петербург
2018

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ И ЭТАПЫ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ 3
2. СТРУКТУРА ФОС ПО ДИСЦИПЛИНЕ 4
3. ПОКАЗАТЕЛИ И КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ КОМПЕТЕНЦИЙ 6
4. ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТА 7
5. ПЕРЕЧЕНЬ ЗАДАНИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ 8
5.1. ЗАДАНИЯ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ: 8
5.2. КОНТРОЛЬНЫЕ ТОЧКИ БРС 10
5.3. ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ 11
6. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ 13
7. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ 14
7.1. ЗАДАНИЯ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ 17
7.2. ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ 17
ПРИЛОЖЕНИЯ: КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

1. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ И ЭТАПЫ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Фонд оценочных средств предназначен для оценки результатов обучения по учебной дисциплине.

Рабочей программой дисциплины (модуля) предусмотрено формирование следующих компетенций:

Таблица – 1.1.1. Перечень формируемых дисциплиной компетенций

Код компетенции	Наименование компетенции
ПК-12	Способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации
ПК-15	Владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве

1.2. Конечными результатами обучения по дисциплине являются сформированные «знать», «уметь», «владеть», расписанные по отдельным содержательным компонентам компетенций, формирующихся дисциплиной. Формирование этих дескрипторов происходит в течение всего семестра по этапам в рамках различного вида занятий и самостоятельной работы. Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенции, представлены в табл. 1.2.1.

Таблица – 1.2.1. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Этапы формирования компетенций	Наименование дисциплины	Планируемые результаты обучения/индикаторы достижения компетенций (показатели освоения компетенции)
1	2	3
Первый уровень (пороговый) (ПК-12)-1	Корпоративные реклама и связи с общественностью	Знать: специфику основных профессиональных функций специалиста в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации З1(ПК-12). Уметь: правильно понимать целесообразность поставленных руководителем рекламных задач в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации У1(ПК-12). Владеть: навыками эффективного решения основных профессиональных задач в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации В1(ПК-12)
Первый уровень (пороговый) (ПК-15) -1		Знать: основные особенности функционирования отделов рекламы, маркетинговых отделов и рекламных агентств З1(ПК-15). Уметь: выполнять профессиональные функции специалиста отдела рекламы, маркетингового отдела или сотрудника рекламного агентстваУ1(ПК-15). Владеть: навыками коллективной профессиональной деятельности В1(ПК-15).

1.3. Входной уровень знаний, умений, опыта деятельности, требуемых для формирования компетенции

- рассматривает основные этапы рекламной кампании и рекламных мероприятий;
- выбирает оптимальные приемы и методы организации выпуска и распространения рекламной продукции с использованием традиционных и современных средств рекламы в соответствии с поставленной задачи;
- анализирует, планирует, реализует и оценивает эффективность рекламной кампании и рекламных мероприятий с точки зрения соблюдения этических норм.

2. СТРУКТУРА ФОС ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Оценка проводится методом сопоставления параметров продемонстрированной обучающимся продукта деятельности с заданными эталонами и стандартами по критериям.

Для положительного заключения по результатам оценочной процедуры по учебной дисциплине установлено пороговое значение показателя, при котором принимается положительное решение, констатирующее результаты освоения дисциплины.

Таблица – 2.1. Объекты оценивания и наименование оценочных средств

Номер и наименование разделов/тем	Формы текущего контроля успеваемости/ Формы промежуточной аттестации	Объекты оценивания	Вид занятия / Наименование оценочных средств	Форма проведения оценки Устная/ письменная
1	2	3	4	5
Тема 1.1. Понятие и история корпоративных коммуникаций	Текущий контроль	Основные понятия. Терминология.	ПЗ: Коллоквиум	Устная/ письменная
Тема 1.2. Коммуникационные каналы в организации	Текущий контроль	Модели коммуникаций. Задачи рекламы и связей с общественностью в различных структурах.	СЗ:Дискуссия	Устная/ письменная
Тема 1.3. Эволюция внутриорганизационных коммуникаций	Текущий контроль	Теории организационных коммуникаций	СЗ:Дискуссия ПЗ:Терминологический диктант Контрольная работа 1	Устная/ письменная
Тема 1.4. Коммуникационные потребности сотрудников организации	Текущий контроль	Каналы коммуникации в организациях.	ПЗ: Реферат.	Устная/ письменная
Тема 2.1. Социальная коммуникация как объект и предмет научного познания	Текущий контроль	Цели, методы и виды коммуникаций. Пути повышения эффективности.	СЗ: Тренинг	Устная/ письменная
Тема 2.2. Корпоративная культура и ее	Текущий контроль	Структура и виды корпоративной культуры. Профессиональные функции	Технологический семинар, оценочное	Устная/ письменная

составляющие		специалиста отдела рекламы и связей с общественностью.	средство не предусмотрено	
Тема 2.3. Коммуникативный климат организации как элемент корпоративной культуры	Текущий контроль	Формы управления коллективной профессиональной деятельностью.	ПЗ: Анализ конкретной ситуации Контрольная работа 2.	Устная/ письменная
Тема 2.4. Совершенствование внутриорганизационной коммуникации	Текущий контроль	Барьеры на пути эффективной коммуникации. Основные методы решения проблем.	ПЗ: Кейс-технология	Устная/ письменная
Все темы и разделы:	Промежуточная аттестация	Обобщенные результаты обучения по дисциплине теоретических знаний и практических навыков	Вопросы	Устная
Итоговый контроль по дисциплине	-	Вопрос 1. Знать: Специфику основных профессиональных функций специалиста в области рекламы и связей с общественностью в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации.. Вопрос 2. Уметь: эффективно осуществлять решение основных профессиональных задач в области рекламы и связей с общественностью в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации. Вопрос 3. Владеть: навыками управления коллективной профессиональной деятельностью. Эффективно решать основные профессиональные задачи в области рекламы и связей с общественностью в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации.	Вопросы к ГИА	-

3. ПОКАЗАТЕЛИ И КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ КОМПЕТЕНЦИЙ

Оценка знаний, умений, владений может быть выражена в параметрах «очень высокая», «высокая», соответствующая академической оценке «отлично»; «достаточно высокая», «выше средней», соответствующая академической оценке «хорошо»; «средняя», «ниже средней», «низкая», соответствующая академической оценке «удовлетворительно»; «очень низкая», соответствующая академической оценке «неудовлетворительно».

Таблица – 3.1. Текущий контроль

№	Виды работ	Критерии оценивания			
		Отсутствует компетенция	Базовый уровень освоения компетенции	Повышенный уровень освоения компетенции	Продвинутый уровень освоения компетенции
1	Работа на лекциях	Отсутствие участия студента в работе на занятии	Единичное высказывание	Высказывание суждений, активное участие в работе на занятии	Высказывание неординарных суждений, активное участие в работе на занятии
2	Работа на практических/семинарских занятиях	Выполнено менее 54%	Выполнено выше 54% до 69 %	Выполнено от 70% до 84 %	Выполнено выше 85%
3	Работа на практических занятиях, решение общих практических задач	Отсутствие участия в обсуждении, решении, неправильное решение	Единичное высказывание, решение с ошибками	Высказывание суждений, активное участие в ходе решения, правильное решение с отдельными замечаниями	Высказывание неординарных суждений, активное участие в ходе решения, правильное решение без ошибок
4	Работа на практических занятиях, решение индивидуальных практических задач	Отсутствие участия в обсуждении, решении, неправильное решение	Единичное высказывание, решение с ошибками	Высказывание суждений, активное участие в ходе решения, правильное решение с отдельными замечаниями	Высказывание неординарных суждений, активное участие в ходе решения, правильное решение без ошибок

Критерии оценивания формулируются для каждой компетенции и отражают опознаваемую деятельность обучающегося, поддающуюся измерению.

Таблица – 3.2. Обобщенные критерии оценивания освоения компетенции:

1	**2 (балл 54)**	**3 (балл 55-69)**	**4 (балл 70-84)**	**5 (балл 85-100)**
Отсутствует компетенция	Отсутствует компетенция	Базовый уровень освоения компетенции	Повышенный уровень освоения компетенции	Продвинутый уровень освоения компетенции

1	2 (балл 54)	3 (балл 55-69)	4 (балл 70-84)	5 (балл 85-100)
Отсутствует компетенция	Отсутствует компетенция	Базовый уровень освоения компетенции	Повышенный уровень освоения компетенции	Продвинутый уровень освоения компетенции
Компетенция не освоена. Студент не владеет необходимыми знаниями.	Компетенция не освоена. Обучающийся частично показывает знания, входящие в состав компетенции, понимает их необходимость, но не может их применять.	Компетенция освоена. Обучающийся показывает общие знания, входящие в состав компетенции, имеет представление об их применении, умение извлекать и использовать основную (важную) информацию из полученных знаний	Компетенция освоена. Обучающийся показывает полноту знаний, демонстрирует умения и навыки решения типовых задач.	Компетенция освоена. Обучающийся показывает глубокие знания, демонстрирует умения и навыки решения сложных задач, умение принимать решения, создавать и применять документы, связанные с профессиональной деятельностью; способен самостоятельно решать проблему/задачу на основе изученных методов, приемов и технологий.

Базовый уровень освоения компетенций - обязательный для всех обучающихся по завершении освоения дисциплины.

Повышенный уровень освоения компетенций - превышение минимальных характеристик сформированности компетенции для обучающегося.

Продвинутый уровень освоения компетенций - максимально возможная выраженность компетенции, важен как качественный ориентир для самосовершенствования так и дополнительное к требованиям ОПОП освоение компетенций с учетом личностных характеристик:

- активное участие в конференциях, конкурсах, круглых столах и т.д. с получением зафиксированного положительного результата по вопросам, включенным в дисциплину;
- разработка и реализация проектов с применением компетенций, указанных в рабочей программе;
- демонстрирует умение применять теоретические знания для решения практических задач повышенной сложности и нестандартных задач;
- выполнение в срок всех поставленных задач.

4. ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТА

Таблица – 4.1. Шкала критериев оценивания компетенций

Оценка	Содержание
1	Демонстрирует непонимание проблемы. Многие требования,

2 (балл до 54)	предъявляемые к заданию не выполнены. Демонстрируется первичное восприятие материала. Работа незакончена и /или это плагиат.
3 (балл 55-69)	Демонстрирует частичное понимание проблемы. Большинство требований, предъявляемых, к заданию выполнены. Владение элементами заданного материала. В основном выполненный материал понятен и носит целостный характер.
4 (балл 70-84)	Демонстрирует значительное понимание проблемы обозначенной дисциплиной. Все требования, предъявляемые к заданию выполнены. Содержание выполненных заданий раскрыто и рассмотрено с разных точек зрения.
5 (балл 85-100)	Демонстрирует полное понимание проблемы. Все требования, предъявляемые к заданию выполнены. Продемонстрировано уверенное владение материалом дисциплины. Выполненные задания носят целостных характер, выполнены в полном объеме, структурированы, представлены различные точки зрения, продемонстрирован творческий подход.

Шкалы оценивания и процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине регламентируются Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по программам высшего образования и Положением о балльно-рейтинговой системе.

Для оценки сформированности результатов обучения по дисциплине используется балльно-рейтинговая система успеваемости обучающихся:

Формой итогового контроля по дисциплине является экзамен, итоговая оценка формируется в соответствии со шкалой, приведенной ниже в таблице:

Баллы	Оценка
<55	неудовлетворительно
<70	удовлетворительно
<85	хорошо
>85	отлично

5. ПЕРЕЧЕНЬ ЗАДАНИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

5.1. ЗАДАНИЯ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ:

Таблица - 5.1.1. Перечень заданий текущего контроля и их наименование

Наименование оценочных средств	Содержание задания
Коллоквиум	Вопросы: 1. Коммуникационные каналы в организации 2. Основные принципы классической теории организаций. 3. Вклад М. Вебера в теорию организаций. 4. Три типа власти. 5. Бюрократическая модель коммуникаций. 6. Значение корпоративных рекламы и СО в современной организации. 7. Специфика основных профессиональных функций специалиста в области рекламы и связей с общественностью в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации. 8. Пути эффективного решения основных профессиональных задач в области рекламы и связей с общественностью в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой

	информации.
Дискуссия	Вопросы для дискуссии: 1. Некоторые организации не занимаются кадровой политикой. Правильно ли это? 2. Нужно ли планировать финансирование на создание внутреннего микроклимата фирмы? 3. Какие действия можно предпринять, если часть коллектива отрицательно высказывается о компании, не довольна действиями руководства? 4. Что должен предпринять специалист по рекламе и связям с общественностью, если руководитель компании не учитывает большинства потребностей сотрудников? 5. Какие факторы способствуют формированию корпоративных отношений? 6. Как внешний вид сотрудников влияет на корпоративные рекламу и связи с общественностью? 7. Какова роль корпоративных праздников? 8. Каковы основные особенности функционирования отделов рекламы и связей с общественностью, маркетинговых отделов и коммуникационных агентств?
Терминологический диктант	Знать определение терминов: Миссия, Видение, Ценности, Стратегия, Философия (кредо), История-легенда, Слоган, Нейм, корпоративные интеграторы, символические интеграторы, корпоративная культура, корпоративный имидж, репутация, ритуалы и традиции, слухи.
Реферат	Примерные ТЕМЫ реферата: 1. Значение корпоративных рекламы и СО в современной организации. 2. Специфика основных профессиональных функций специалиста в области рекламы и связей с общественностью в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации. 3 Роль корпоративных мероприятий. 4. Значение истории-легенды в компании. 5. Мифотворчество и корпоративных РиСО. 6. Роль видео и фото-материалов в корпоративных коммуникациях. 7. Основные особенности функционирования отделов рекламы и связей с общественностью, маркетинговых отделов и коммуникационных агентств. 8. Внешний вид сотрудников и корпоративные отношения. 9. Корпоративный патриотизм. 10. Коммуникационные каналы в организации. 11. Слухи как коммуникативная единица. 12. Корпоративный сайт. 13. Корпоративные СМИ. 14. Роль руководителя в корпоративных коммуникациях.
Тренинг	Для проведения в тренинге творческих заданий, викторины, анализа конкретной ситуации необходимо ознакомиться с материалом лекций по темам: Неофициальные каналы распространения. Слухи в организациях. Коммуникационные сети. Коммуникационные роли и системы принятия решений. Межуровневые коммуникации. Нисходящие вертикальные коммуникации.
Кейс-технология	Несколько лет назад филиал компании «Колгейт-Палмолив» в Малайзии начали беспокоить сообщения, появившиеся в некоторых газетах, о том, что якобы, при производстве зубной пасты «Колгейт» фирма использует свиное сало. Эти слухи, которые сразу же сказались на продаже продукции фирмы в некоторых районах, были особенно сильны в отдельных сельских общинах и в некоторых школах, где учителя советовали ученикам, исповедующим ислам, воздержаться от

	употребления зубной пасты «Колгейт». По сути дела, началась яростная кампания, направленная на то, чтобы мусульмане прекратили пользоваться этой зубной пастой. Составьте план действий и комплекс мероприятий отдела по рекламе и связям с общественностью фирмы по борьбе со слухами и преодолению кризисной ситуации. Идентифицируйте целевые аудитории PR-воздействия.
Технологический семинар	Вопросы к семинару: 1. Определить значение эмоциональных контактов фирмы с потребителями. 2. Выявить роль эмоциональных связей с сотрудниками. 3. Уровни эмоциональных связей в компании. 4. Примеры зарубежных, отечественных и региональных организаций и типов корпоративной культуры. 5. Эффективные технологии создания корпоративных коммуникаций. 6. Основные особенности функционирования отделов рекламы и связей с общественностью, маркетинговых отделов и коммуникационных агентств.
Анализ конкретной ситуации	Диагностика корпоративной культуры организации. 1. Миссия организации 1.1. Цели деятельности (для чего организация была создана). 1.2. Задачи (что нужно сделать для достижения поставленных целей). 1.3. Средства (приемы, способы, инструменты, используемые для выполнения необходимых задач и реализации заявленной миссии). 1.4. Место и роль организации в обществе (в масштабах страны, региона, конкретной местности, локальной группы людей). 1.5. Наши пользователи (на кого, в первую очередь, направлена деятельность организации, для кого мы работаем). 2. Ценности организации Приоритетные ценности, через призму которых рассматриваются и оцениваются все действия сотрудников и все принимаемые решения. 3. Принципы взаимоотношений 3.1. С пользователями (потребителями производимых товаров и оказываемых услуг); 3.2. С другими учреждениями (партнерами, потенциальными грантодателями, спонсорами и пр.). 3.3. С представителями СМИ. 4. Служебный этикет 4.1. Нормы приветствия. 4.2. Нормы обращения к начальству. 4.3. Формы коммуникации между отделами. 4.4. Способы принятия решений. 4.5. Пути выхода из конфликтных ситуаций. 4.6. Методы критики. 5. Корпоративный стиль 5.1. Логотип организации. 5.2. Слоган организации (девиз). 5.3. Дресс-код, принятый в организации. 6. Порядок приобщения новых сотрудников к корпоративной культуре Алгоритм действий при введении работника в должность.

5.2. КОНТРОЛЬНЫЕ ТОЧКИ БРС

Задание 1.: Контрольная работа 1.
Письменный ответ на вопросы.
Вопросы:

1. Роль и функции внутренних коммуникаций.

2. Виды, каналы внутренних коммуникаций в компании.

3. Коммуникационные потоки в организации. Влияние организационной структуры на коммуникационные потоки.

4. Основные профессиональные функции специалиста в области рекламы и связей с общественностью в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации.

5. Пути эффективного решения основных профессиональных задач в области рекламы и связей с общественностью в организациях.

Задание 2.: Контрольная работа 2.

Письменный ответ на вопросы.

Вопросы:

1. Корпоративные и символические интеграторы: понятие, виды, характеристика.
2. Слухи как коммуникативная единица: понятие, виды, характеристика.
3. Роль ритуалов и традиций в корпоративных коммуникациях, типология.
4. Управление слухами как инструмента стратегических коммуникаций.
5. Значение корпоративных мероприятий в коммуникациях. Классификация мероприятий.
6. Корпоративная культура: понятие, структура.
7. Понятие имиджевой и социальной рекламы.
8. Концепция корпоративного издания.
9. Нейминг: требования к созданию.
10. Коммуникационные потребности сотрудников организации. Официальные и неформальные каналы коммуникации.
11. Управление коллективной профессиональной деятельностью.
12. Эффективное решение основных профессиональных задач в области рекламы и связей с общественностью в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации.

Методические рекомендации:

На выполнение КТ № 1 и №2 обучающимся выделяется по два академических часа.

Требования к структуре ответа: полнота и корректность.

Методические рекомендации по подготовке:

– повторение лекционного материала;
– разбор задач и конкретных ситуаций;
– использования рекомендуемой литературы, приведенной в разделе 9.1. рабочей программы дисциплины;
– посещение консультаций преподавателя.

5.3. ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ

Вопросы к экзамену:

1. Роль внутренних коммуникаций в деятельности компании.
2. Виды, каналы внутренних коммуникаций в компании.
3. Источник и получатель сообщений в компании.
4. Коммуникационные потоки внутри организации. Влияние организационной структуры на коммуникационные потоки.
5. Повышение эффективности восходящих коммуникаций.
6. Межличностные коммуникации в организациях.
7. Пути эффективного решения основных профессиональных задач в области рекламы и связей с общественностью в общественных структурах.

8. Критерии оценки эффективности внутренних коммуникаций: текучесть кадров, удовлетворенность трудом и рабочие показатели.
9. Неформальные каналы коммуникации.
10. Связи с общественностью в системе внутренних коммуникаций компании.
11. Основные особенности функционирования отделов рекламы и связей с общественностью, маркетинговых отделов и коммуникационных агентств.
12. Этапы построения эффективной системы внутренних связей с общественностью.
13. Эффективные механизмы управления коллективной профессиональной деятельностью.
14. Информационные инструменты внутрикорпоративного воздействия.
15. Аналитические инструменты внутрикорпоративного воздействия.
16. Коммуникативные инструменты: корпоративные мероприятия, обучающие и адаптационные мероприятия.
17. Корпоративный кодекс: значение и структура. Примеры.
18. Функции внутрифирменных коммуникаций.
19. Специфика основных профессиональных функций специалиста в области рекламы и связей с общественностью в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации.
20. Слухи как коммуникативная единица. Управление слухами в корпоративных коммуникациях. Примеры.
21. PR в системе внутренних коммуникаций компании: этапы построения эффективной системы коммуникаций, информационные инструменты внутрикорпоративного воздействия. Примеры.
22. Роль ритуалов и традиций в корпоративных коммуникациях, типология. Примеры.
23. Коммуникационные каналы в организации: понятие, виды. Примеры.
24. Коммуникативные интеграторы: понятие, виды, характеристика. Примеры.
25. Аналитические инструменты корпоративных РиСО. Примеры.
26. Корпоративное волонтерство: понятие и значение. Примеры.
27. Символические интеграторы: понятие, виды, характеристика. Примеры.
28. Коммуникативные инструменты корпоративных РиСО. Примеры.
29. Виды слухов, характеристика. Примеры.
30. Корпоративная культура: понятие, история, структура.
31. Технология трансформации слухов.
32. Значение корпоративных мероприятий в коммуникациях. Классификация мероприятий. Примеры.
33. Технология запуска слухов. Примеры.
34. Технология противостояния и борьбы со слухами. Примеры.
35. Роль руководителя в формировании корпоративной культуры. Примеры.
36. Классификации типов корпоративной культуры, характеристики. Примеры.
37. Корпоративная реклама. Понятие и роль имиджевой и социальной рекламы. Примеры.
38. Особенности позитивной и негативной корпоративной культуры. Примеры.
39. Стратегии поведения в ситуации распространения слухов. Примеры.
40. Понятие целостной концепции корпоративного СМИ, функции. Специфика деятельности редактора.
41. Классификация уровней корпоративной культуры. Примеры.
42. История рекламы и СО. Значение РиСО в современном мире.
43. Корпоративные медиа: понятие, история, цели и задачи, типология. Примеры.

44. Потребности сотрудников организации. Управление корпоративными коммуникациями. Примеры.

45. Нейминг: основные правила и требования к созданию названия фирмы/продукта. Примеры.

46. Пути эффективного решения основных профессиональных задач в области рекламы и связей с общественностью в производственных структурах.

47. Пути эффективного решения основных профессиональных задач в области рекламы и связей с общественностью в коммерческих структурах.

48. Пути эффективного решения основных профессиональных задач в области рекламы и связей с общественностью в средствах массовой информации.

49. Барьеры на пути эффективной коммуникации.

50. Менеджер как отдельная профессия.

6. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ

Процедура оценивания результатов обучения по дисциплине, характеризующих этапы формирования компетенции(ий), представлена паспортом фонда оценочных средств по дисциплине (раздел 1).

Комплект оценочных средств хранится на кафедре, подлежит обновлению по мере необходимости. Для промежуточной аттестации в виде экзамена каждое ОС по дисциплине обновляется и утверждается за 14 дней до начала сессионного периода и хранится в недоступном месте от несанкционированного доступа. Ответственность несет кафедра.

Порядок проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся Университета по ОПОП регламентируются Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по программам высшего образования.

Текущий контроль успеваемости в Университете является формой контроля качества знаний обучающихся, осуществляемого в межсессионный период обучения с целью определения качества освоения ОПОП.

Текущий контроль успеваемости осуществляется: на лекциях, практических (семинарских) занятиях, в рамках контроля самостоятельной работы.

Обучающиеся заранее информируются о критериях и процедуре текущего контроля успеваемости преподавателями по соответствующей учебной дисциплине (модуля).

Успеваемость при текущем контроле характеризует объем и качество выполненной обучающимся работы по дисциплине (модулю).

Педагогические виды и формы, используемые в процессе текущего контроля успеваемости обучающихся, определяются методической комиссией кафедры. Выбираемый вид текущего контроля обеспечивает наиболее полный и объективный контроль (измерение и фиксирование) уровня освоения результатов обучения по дисциплине.

Преподаватели предоставляют сведения о текущей успеваемости обучающихся в рамках проведения текущей аттестации в семестре в деканаты/ учебный отдел института в сроки, определенные внутренними распорядительными документами Университета (факультета).

В целях обеспечения текущего контроля успеваемости преподаватель проводит консультации.

Преподаватель, ведущий занятия семинарского типа, проводит **аттестацию обучающихся за прошедший период**. Аттестация проводится, если проведено не менее 3 практических (семинарских) или лабораторных занятий, в установленные деканатом

сроки, не реже 1 раза за учебный семестр. Обучающиеся аттестуются путем выставления в соответствующую групповую ведомость записей по системе: «аттестован» или «не аттестован».

Преподаватель, проставляя итоги аттестации, доводит результаты аттестации до сведения студенческой группы и объясняет причины отрицательной аттестации по запросу обучающегося.

При аттестации обучающихся учитываются следующие факторы:

– результаты работы на занятиях, показанные при этом знания по дисциплине (модулю), усвоение навыков практического применения теоретических знаний, степень активности на практических (семинарских) занятиях;

– результаты и активность участия в семинарах и коллоквиумах;

– результаты выполнения контрольных работ;

– результаты и объем выполненных заданий в рамках самостоятельной работы обучающихся;

– результаты личных бесед со студентами по материалу учебной дисциплины (модуля);

– посещение студентами, семинарских и практических занятий, лабораторных работ;

– своевременная ликвидация задолженностей по пройденному материалу, возникших вследствие пропуска занятий либо неудовлетворительных оценок по результатам работы на занятиях.

– результаты прохождения контрольных точек по дисциплине (при использовании балльно-рейтинговой системы)

Промежуточная аттестация обучающихся Университета является формой контроля результатов обучения по дисциплине с целью комплексного определения соответствия уровня и качества знаний, умений и навыков обучающихся требованиям, установленным образовательной программой.

Формирование оценки текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины осуществляется с использованием балльно-рейтинговой системы оценки знаний обучающихся, требования к которым изложены в Положении о балльно-рейтинговой системе.

7. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ

Адаптированные оценочные материалы содержатся в адаптированной ОПОП. Обучение обучающихся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости осуществляется на основе адаптированной рабочей программы с использованием специальных методов обучения и дидактических материалов, составленных с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся (обучающегося).

Самостоятельная работа обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов позволяет своевременно выявить затруднения и отставание и внести коррективы в учебную деятельность. Конкретные формы и виды самостоятельной работы обучающихся лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов устанавливаются преподавателем. Выбор форм и видов самостоятельной работы, обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов осуществляется с учетом их способностей, особенностей восприятия и готовности к освоению учебного материала. Формы самостоятельной работы устанавливаются с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге или на компьютере, в форме тестирования, электронных тренажеров и т.п.).

Основные формы представления оценочных средств – в печатной форме или в

форме электронного документа. Для обучающихся с нарушениями зрения предусматривается возможность проведения текущего и промежуточного контроля в устной форме. Для обучающихся с нарушениями слуха предусматривается возможность проведения текущего и промежуточного контроля в письменной форме.

Таблица 7.1. – Категории обучающихся с ОВЗ, способы восприятия ими информации и методы их обучения.

Категории обучающихся по нозологиям		Методы обучения
с нарушениями зрения	Слепые. Способ восприятия информации: осязательно-слуховой	Аудиально-кинестетические, предусматривающие поступление учебной информации посредством слуха и осязания. Могут использоваться при условии, что визуальная информация будет адаптирована для лиц с нарушениями зрения: визуально-кинестетические, предполагающие передачу и восприятие учебной информации при помощи зрения и осязания; аудио-визуальные, основанные на представление учебной информации, при которых задействовано зрительное и слуховое восприятие; аудио-визуально-кинестетические, базирующиеся на представлении информации, которая поступает по зрительному, слуховому и осязательному каналам восприятие.
	Слабовидящие. Способ восприятия информации: зрительно-осязательно-слуховой	
С нарушениями слуха	Глухие. Способ восприятия информации: зрительно-осязательный	визуально-кинестетические, предполагающие передачу и восприятие учебной информации при помощи зрения и осязания. Могут использоваться при условии, что аудиальная информация будет адаптирована для лиц с нарушениями слуха: аудио-визуальные, основанные на представление учебной информации, при которых задействовано зрительное и слуховое восприятие; аудиально-кинестетические, предусматривающие поступление учебной информации посредством слуха и осязания; аудио-визуально-кинестетические, базирующиеся на представлении информации, которая поступает по зрительному, слуховому и осязательному каналам восприятие.
	Слабослышащие. Способ восприятия информации: Зрительно-осязательно-слуховой	
С нарушениями опорно-двигательного аппарата	Способ восприятия информации: зрительно-осязательно-слуховой	– визуально-кинестетические; – аудио-визуальные; – аудиально-кинестетические; – аудио-визуально-кинестетические.

Таблица 7.2. – Способы адаптации образовательных ресурсов.

Условные обозначения:

«+» —образовательный ресурс, не требующий адаптации;

«АФ» — адаптированный формат к особенностям приема-передачи информации обучающихся инвалидов и лиц с ОВЗ формат образовательного ресурса, в том числе с использованием специальных технических средств;

«АЭ»— альтернативный эквивалент используемого ресурса

Категории обучающихся по нозологиям	**Образовательные ресурсы**				
	Электронные				**Печатные**
	мультимедиа	**графические**	**аудио**	**текстовые, электронные аналоги печатных**	

					изданий	
С нарушениями зрения	Слепые	АФ	АЭ (например, создание материальной модели графического объекта (3Dмодели)	+	АЭ (например, аудио описание)	АЭ (например, печатный материал, выполненный рельефно-точечным шрифтом Л.Брайля)
	Слабовидящие	АФ	АФ	+	АФ	АФ
С нарушениями слуха	Глухие	АФ	+	АЭ (например, текстовое описание, гипер-ссылки)	+	+
	Слабослышащие	АФ	+	АФ	+	+
С нарушениями опорно-двигательного аппарата		+	+	+	+	+

Таблица 7.3. - Формы контроля и оценки результатов обучения инвалидов и лиц с ОВЗ в СПбГЭУ

Категории обучающихся по нозологиям	**Форма контроля и оценки результатов обучения**
С нарушениями зрения	– устная проверка: дискуссии, тренинги, круглые столы, собеседования, устные коллоквиумы и др.; – с использованием компьютера и специального ПО: работа с электронными образовательными ресурсами, тестирование, рефераты, курсовые проекты, дистанционные формы, если позволяет острота зрения - графические работы и др.
С нарушениями слуха	– письменная проверка: контрольные, графические работы, тестирование, домашние задания, эссе, письменные коллоквиумы, отчеты и др.; – с использованием компьютера и специального ПО: работа с электронными образовательными ресурсами, тестирование, рефераты, курсовые проекты, графические работы, дистанционные формы и др.

С нарушениями опорно-двигательного аппарата	– письменная проверка, с использованием специальных технических средств (альтернативных средства ввода, управления компьютером и др.): контрольные, графические работы, тестирование, домашние задания, эссе, письменные коллоквиумы, отчеты и др.; – устная проверка, с использованием специальных технических средств (средств коммуникаций): дискуссии, тренинги, круглые столы, собеседования, устные коллоквиумы и др.; – с использованием компьютера и специального ПО (альтернативных средств ввода и управления компьютером и др.): работа с электронными образовательными ресурсами, тестирование, рефераты, курсовые проекты, графические работы, дистанционные формы - предпочтительнее обучающимся, ограниченным в передвижении и др.

7.1. ЗАДАНИЯ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ

Текущий контроль и промежуточная аттестация обучающихся инвалидов и лиц с ОВЗ осуществляется с использованием оценочных средств, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации, в том числе с использованием специальных технических средств.

Текущий контроль успеваемости для обучающихся инвалидов и лиц с ОВЗ направлен на своевременное выявление затруднений и отставания в обучении и внесения коррективов в учебную деятельность. Возможно осуществление входного контроля для определении его способностей, особенностей восприятия и готовности к освоению учебного материала.

7.2. ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ

Форма промежуточной аттестации устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.). При необходимости обучающимся предоставляется дополнительное время для подготовки ответа.

Промежуточная аттестация, при необходимости, может проводиться в несколько этапов. Для этого рекомендуется использовать рубежный контроль, который является контрольной точкой по завершению изучения раздела или темы дисциплины, междисциплинарного курса, практик и ее разделов с целью оценивания уровня освоения программного материала. Формы и срок проведения рубежного контроля определяются преподавателем (мастером производственного обучения) с учетом индивидуальных психофизических особенностей обучающихся.