

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Выборнова Любовь Алексеевна
Должность: Ректор
Дата подписания: 30.08.2023 10:31:20
Уникальный программный ключ:
c3b3b9c625f6c113afa2a2c42baff9e05a38b76e

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Поволжский государственный университет сервиса» (ФГБОУ ВО «ПВГУС»)

УТВЕРЖДЕНО

на заседании кафедры
Социальные технологии и
гуманитарные науки»

Протокол от 25.08.2023 № 10

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
(фонд оценочных средств) для проведения промежуточной аттестации
по дисциплине

Организация внутрикорпоративных коммуникаций

наименование дисциплины

по образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата,
бакалавриата,
специалитета,
магистратуры

«Реклама и связи с общественностью»

наименование образовательной программы

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

шифр, наименование направления подготовки / специальности

Составитель Кораблева О.В. к.с.н., доцент
ФИО, должность, структурное подразделение,
ученая степень, ученое звание

Тольятти
2023

1. Паспорт фонда оценочных средств (далее – ФОС)

1.1. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Код компетенции	Наименование компетенции	Код и наименование индикаторов достижения компетенции
ПК-1	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ИПК-1.1. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью ИПК-1.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии ИПК-1.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры

В результате изучения дисциплины обучающийся должен

Знать:

- методы и инструменты тактического планирования коммуникаций;
- технологии организации мероприятий, целью которых является коммуникация;
- основы управления персоналом;
- способы формирования корпоративной идентичности и корпоративной культуры

Уметь:

- осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии;
- планировать и организовывать системы коммуникации организации;
- организовывать взаимодействие с персоналом организации

Владеть:

- навыками реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий в рамках развития внутрикорпоративных коммуникаций

1.2. Содержание дисциплины

№	Тема (раздел дисциплины) (в соответствии с РПД)	Код компетенции
1	ТЕМА 1. ВНУТРИКОРПОРАТИВНЫЙ PR КАК МЕТОД УПРАВЛЕНИЯ КУЛЬТУРОЙ ОРГАНИЗАЦИИ	ПК 1
2	ТЕМА 2. УПРАВЛЕНИЕ ВНУТРИКОРПОРАТИВНЫМИ	ПК 1

	КОММУНИКАЦИЯМИ	
3	ТЕМА 3. ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ВНУТРИКОРПОРАТИВНЫХ КОММУНИКАЦИЙ	ПК 1
4	ТЕМА 4. ИНСТРУМЕНТЫ ВНУТРИКОРПОРАТИВНЫХ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ	ПК 1
5	ТЕМА 5. ФОРМИРОВАНИЕ HR-БРЕНДА И СОБЫТИЙНЫЙ МАРКЕТИНГ	ПК 1

1.3. Система оценивания по дисциплине

Дисциплина изучается в течение одного семестра.

Форма промежуточной аттестации по дисциплине – зачет.

Шкалы оценки уровня сформированности результатов обучения		Шкала оценки уровня освоения дисциплины		
Уровневая шкала оценки компетенций	100 бальная шкала, %	100 бальная шкала, %	5-бальная шкала, дифференцированная оценка/балл	недифференцированная оценка
допороговый	ниже 61	ниже 61	«неудовлетворительно» / 2	не зачтено
пороговый	61-85,9	61-69,9	«удовлетворительно» / 3	зачтено
		70-85,9	«хорошо» / 4	зачтено
повышенный	86-100	86-100	«отлично» / 5	зачтено

2. Перечень оценочных материалов для проведения промежуточной аттестации

Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине: зачет

Устно-письменная форма по экзаменационным билетам предполагается, как правило, для сдачи академической задолженности.

Перечень вопросов для подготовки к зачету

ПК 1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

1. Уровни и элементы культуры организации
2. Корпоративная культура и ее составляющие.
3. Понятие, назначение и процедура разработки миссии.
4. Философия, история и айдентика организации.
5. Корпоративный кодекс.
6. Внутренняя коммуникация как метод персональной мотивации персонала
7. Исследования вовлеченности сотрудников
8. Вовлечение руководителей. Использование стейкхолдеров.
9. Работа с информацией.
10. Выстраивание бренда.
11. Принципы взаимодействия с персоналом организации.
12. Формальные внутрикорпоративные коммуникации.
13. Неформальные внутрикорпоративные коммуникации.
14. Этапы создания внутрикорпоративных коммуникаций.
15. Технологии создания внутрикорпоративных коммуникаций.
16. Информационные инструменты корпоративного PR.

17. Аналитические инструменты корпоративного PR.
18. Коммуникативные инструменты корпоративного PR.
19. Организационные инструменты корпоративного PR.
20. Внутренние СМИ
21. Руководство по корпоративной культуре.
22. Фирменный стиль.
23. Массовые мероприятия (спорт, искусство, туризм и т.д.).
24. Доска почета.
25. Тренинги.
26. Собрания.
27. Социальные программы.
28. Анализ факторов, влияющих на формирование HR-бренда.
29. Системный подход к формированию HR-бренда.
30. Основные этапы формирования и реализации внутреннего и внешнего HR-бренда компании.
31. Специфика HR-бренда компании на разных стадиях жизненного цикла компании.
32. Оценка эффективности HR-бренда.
33. Внутрикorporативный событийный маркетинг.
34. Сценарий корпоративного мероприятия.
35. Оценка эффективности мероприятия.