

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Выборнова Любовь Алексеевна
Должность: Ректор
Дата подписания: 30.08.2024 10:31:19
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 Ученого совета

Высшей школы туризма и социальных технологий

Протокол от 26.08.2024 г. № 1

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

(фонд оценочных средств) для проведения промежуточной аттестации
по дисциплине

«Коммуникационный менеджмент»

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

Калинина Д.С.,
старший преподаватель Высшей школы туризма и
социальных технологий

ФИО, должность, структурное подразделение,
ученая степень, ученое звание

Тольятти
2024

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. Участствует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- основные понятия и технологии коммуникационного менеджмента в управленческой деятельности
- структуру и особенности построения коммуникационного процесса
- особенности применения коммуникационного менеджмента в коммерческой сфере

Уметь:

- использовать полученные знания на практике при реализации коммуникационного проекта
- использовать полученные знания на практике при разработке коммуникационной стратегии
- анализировать информационные ресурсы организации
- формировать коммуникации организации

Владеть:

- навыками применения знаний и методик коммуникационного менеджмента в профессиональной деятельности

1.2. Содержание дисциплины

№	Тема (раздел дисциплины) (в соответствии с РПД)	Код компетенции
1	Тема 1. Теоретические основы коммуникационного менеджмента	ПК-1
2	Тема 2. Коммуникационные технологии	
3	Тема 3. Прикладной коммуникационный инструментарий	

1.3. Система оценивания по дисциплине

Дисциплина изучается в течение одного семестра

Форма промежуточной аттестации - зачет.

Шкала оценки уровня сформированности компетенций		Шкала оценки уровня освоения дисциплины	
Уровневая шкала оценки компетенций	100 балльная шкала, %	100 балльная шкала, %	недифференцированная оценка
Допороговый	ниже 61	ниже 61	не зачтено
Пороговый	61-85,9	61-69,9	зачтено
		70-85,9	зачтено
Повышенный	86-100	86-100	зачтено

2. Перечень оценочных материалов для проведения промежуточной аттестации

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в ходе текущего контроля успеваемости (в процессе проведения практических занятий, тестирования, опросов).

В ходе проведения зачета осуществляется итоговый контроль и оценка результатов освоения компетенций.

Вопросы для подготовки к зачету

№	Содержание вопроса
ПК-1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	
1.	Коммуникации: сущность, виды, специфика.
2.	Структура и особенности построения коммуникационного процесса.
3.	Понятие коммуникационного менеджмента.
4.	Система коммуникационного менеджмента организации.
5.	Администрирование коммуникационных процессов.
6.	Стратегии и тактики коммуникационного менеджмента.
7.	Целеполагание в управлении коммуникацией.
8.	Управление ресурсами в коммуникационном процессе.
9.	Объекты управления и виды работ в коммуникационном менеджменте.
10.	Коммуникационные процессы различной сложности и специфика управления ими.
11.	Структура внешней и внутренней коммуникационных сфер организации.
12.	Управление информационными ресурсами организации.
13.	Способы совершенствования организационных коммуникаций.
14.	Администрирование коммуникационного проекта.
15.	Контроль исполнения коммуникационной программы.
16.	Организация и проведение коммуникационных кампаний.
17.	Управление коммуникационными акциями.
18.	Управление коммуникационными мероприятиями.
19.	Планирование и контроль коммуникационных действий.
20.	Управление временем коммуникационных процессов.
21.	Специфика управления персоналом, обеспечивающим коммуникационные процессы.
22.	Документационного обеспечения управления в коммуникациях организации.
23.	Управление формальными и неформальными коммуникациями организации.
24.	Комплексные направления деятельности PR.
25.	Коммуникационный этикет.

Вопросы для тестирования

№	Содержание вопроса
ПК-1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	
1.	Научное управление потоками информационного взаимодействия людей, их групп, общественных, экономических и политических формирований с целью решения стратегических и тактических задач в развитии общественных отношений осуществляется посредством – коммуникационного менеджмента – информационного менеджмента – инновационного менеджмента
2.	Совокупность управленческих технологий и поддерживающих их функционирование организационных ресурсов, обеспечивающая деятельность по управлению коммуникациями социального субъекта (заказчика, базисного субъекта) – это – система коммуникационного менеджмента – PR-кампания – PR-акция
3.	Специалист, обладающий знаниями, умениями, навыками, полномочиями и ресурсами, которые позволяют осуществлять управление коммуникациями социального субъекта – это – технологический субъект управления – объект управления коммуникациями – предмет управления коммуникациями
4.	Ресурсы и элементы среды, задействованные в процессе достижения целей социального субъекта – это – субъекты управления коммуникациями – объекты управления коммуникациями – предметы управления коммуникациями
5.	Система коммуникационного менеджмента содержит в себе элементы подсистем – хаотичной и упорядоченной – корпоративной и интегральной – коммуникационной и управленческой
6.	Подсистема коммуникационного менеджмента, которая включает в себя внутренние и внешние целевые аудитории, а также процесс передачи информации, состоящий из источника сообщения, кодирования и декодирования сообщения, сообщения, канала передачи сообщения, получателя и обратной связи – корпоративная – интегральная – коммуникационная – управленческая
7.	Подсистема коммуникационного менеджмента, которая состоит из кадров, аппарата управления, комплекса технических средств, информационных баз, методов организации труда и управления персоналом, правовой базы, методов и программ управления информационными процессами и решения задач управления персоналом – корпоративная – интегральная – коммуникационная – управленческая
8.	Управление коммуникациями организовано – корпоративно и некорпоративно – статусно, технологически и технически – фасилитационно и медиативно
9.	Выбор ключевой цели коммуникации и долгосрочное распределение ресурсов

	(временных, материальных, человеческих, финансовых, административных, интеллектуальных и прочих), необходимых для её достижения – это – оперативное планирование коммуникаций – тактическое планирование коммуникаций – стратегическое планирование коммуникаций
10.	Определение промежуточных целей коммуникации и инструментов их достижения на пути к стратегической цели – это – тактическое планирование коммуникаций – инфраструктура коммуникации – контроль коммуникации
11.	Определение локальных, сиюминутных целей коммуникации и конкретных действий для их достижения – это – коммуникационная кампания – оперативное планирование коммуникаций – PR-мероприятие
12.	Процесс отслеживания эффективности применения ресурсов, зарезервированных для достижения целей коммуникации – это – контроль процесса коммуникации – координация коммуникации – PR-кампания – PR-программа
13.	Достижение согласованности в работе всех звеньев системы коммуникации путём установления рациональных связей между ними – это – инфраструктура коммуникации – координация коммуникации – номенклатура коммуникации
14.	Лучшим механизмом обратной связи, позволяющим верхним слоям оценить эффективность этих коммуникации и функционирование организации в целом, являются – внешние коммуникации – нисходящие коммуникации – восходящие коммуникации
15.	К внутренней среде организации относятся – цели, задачи, структура – технологии, люди – результаты деятельности
16.	К внешней среде организации относятся: – потребители, поставщики – госорганы, состояние экономики – вводимые ресурсы
17.	Коммуникации в организации – это – передача информации – двусторонний процесс обмена информацией – информированность
18.	Средствами коммуникации являются выработанные в данной культуре различные знаковые системы, такие как – культура – язык – устная и письменная речь
19.	Эффективными можно считать коммуникационные процессы, в которых – сообщение закодировано и декодировано – отправлено сообщение – отправитель и получатель поняли и разделили исходную идею, что

	подтвердилось реакцией получателя
20.	На всех этапах коммуникационного процесса могут существовать – барьеры – помехи – обратная связь
21.	Процесс обмена информацией в организации осуществляется – посредством коммуникаций – через информационные системы – через информационные потоки
22.	Формами управленческого общения являются – субординация – служебно-товарищеская форма – дружеская форма
23.	Средствами, используемыми для коммуникаций, являются – циркуляры, документация – дискуссии, видеозаписи – газетные статьи
24.	Система, информирующая коммуникационного менеджера о параметрах создания, затрат или трансформации ресурсов – это – ресурсный график – календарный график – номенклатура коммуникации
25.	Прогностическая формулировка желаемого результата коммуникации – это – субъект коммуникационного менеджмента – номенклатура коммуникации – цель коммуникации
26.	Устойчивый путь передачи информации, обеспечивающий перенесение сведений от субъекта объекту и получение обратной связи – это – номенклатура коммуникации – канал коммуникации – координация коммуникации
27.	Комплекс деятельности, основной целью которого является выстраивание эффективной коммуникационной системы социального субъекта – это – коммуникационная кампания – коммуникационная акция – коммуникационный проект
28.	Заранее спланированный комплекс действий, направленных на установление контакта с людьми и на побуждение их к действию путем использования конкретных видов информации – это – коммуникационная кампания – коммуникационное мероприятие – стратегия проекта
29.	RACE – это – технологический цикл коммуникационной кампании – программа коммуникаций – реестр номенклатуры коммуникации
30.	Модель «Place – Promotion – Presentation – Personnel – Follow-up» – это – управление PR-мероприятием – жизненный цикл PR-проекта – стратегия коммерческой организации