

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
СТАВРОПОЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

УТВЕРЖДАЮ

Директор/Декан
института экономики, финансов и
управления в АПК
Гунько Юлия Александровна

« ____ » _____ 20__ г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ (ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ)

Б1.В.ДВ.02.01 Имидж, репутация и PR

38.04.02 Менеджмент

Управление HR-сферой и развитием бизнеса

магистр

очная

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций ОП ВО и овладение следующими результатами обучения по дисциплине:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ПК-2 Стратегическое управление человеческими ресурсами	ПК-2.1 Формирует планы и мероприятия по управлению человеческим и ресурсами	знает Методы и технологии построения корпоративного имиджа и репутации, а также инструменты внутреннего PR для повышения лояльности и эффективности персонала.
		умеет Разрабатывать планы и конкретные мероприятия по формированию внутреннего имиджа компании и управлению репутацией работодателя для привлечения и удержания ключевых специалистов.
		владеет навыками Навыками планирования PR-кампаний, направленных на работу с человеческими ресурсами, включая оценку их эффективности для достижения стратегических целей организации.

2. Перечень оценочных средств по дисциплине

№	Наименование раздела/темы	Семестр	Код индикаторов достижения компетенций	Оценочное средство проверки результатов достижения индикаторов компетенций
1.	1 раздел. Имидж репутация и PR			
1.1.	Корпоративный имидж и репутация как конкурентное преимущество	2	ПК-2.1	Собеседование, Практико-ориентированные задачи и ситуационные задачи, Реферат
1.2.	Внутренний PR и корпоративная культура как основа имиджа	2	ПК-2.1	Собеседование, Практико-ориентированные задачи и ситуационные задачи, Реферат
1.3.	Формирование и продвижение бренда работодателя	2	ПК-2.1	Собеседование, Практико-ориентированные задачи и ситуационные задачи, Реферат
1.4.	Управление репутацией в кризисных ситуациях	2	ПК-2.1	Собеседование, Практико-ориентированные задачи и ситуационные задачи, Реферат

1.5.	Планирование и оценка эффективности PR-деятельности в управлении человеческими ресурсами	2	ПК-2.1	Собеседование, Практико-ориентированные задачи и ситуационные задачи, Реферат
1.6.	Контрольная точка	2	ПК-2.1	Контрольная работа
Промежуточная аттестация				За

3. Оценочные средства (оценочные материалы)

Примерный перечень оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде (Оценочные материалы)
Текущий контроль			
Для оценки знаний			
1	Собеседование	Средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.	Вопросы по темам/разделам дисциплины
Для оценки умений			
2	Контрольная работа	Средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу	Комплект контрольных заданий по вариантам
Для оценки навыков			
Промежуточная аттестация			
3	Зачет	Средство контроля усвоения учебного материала практических и семинарских занятий, успешного прохождения практик и выполнения в процессе этих практик всех учебных поручений в соответствии с утвержденной программой с выставлением оценки в виде «зачтено», «незачтено».	Перечень вопросов к зачету

4. Примерный фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) "Имидж, репутация и PR"

Примерные оценочные материалы для текущего контроля успеваемости

Тема 1: Корпоративный имидж и репутация как конкурентное преимущество

Вопрос для собеседования: "Как бы вы объяснили разницу между имиджем и репутацией компании будущему сотруднику, и почему ему важно это понимать?"

Тема для реферата: "Влияние репутации работодателя (Employer Brand) на стоимость компании на современном рынке".

Практико-ориентированная ситуация (кейс):

Ситуация: Компания-ритейлер «Вектор» долгое время воспринималась как надежный, но консервативный работодатель. Новый HR-директор хочет изменить этот имидж на "инновационный и ориентированный на развитие сотрудников", чтобы привлекать молодых IT-специалистов.

Задание: Разработайте 3 конкретных шага, которые позволят начать трансформацию внутреннего и внешнего имиджа компании в желаемом направлении.

Тема 2: Внутренний PR и корпоративная культура как основа имиджа

Вопрос для собеседования: "Какие каналы внутренних коммуникаций вы считаете наиболее эффективными для донесения стратегических целей компании до сотрудников и почему?"

Тема для реферата: "Роль внутреннего PR в управлении организационными изменениями (на примере слияния компаний или цифровой трансформации)".

Практико-ориентированная ситуация (кейс):

Ситуация: В компании «Стандарт» после перехода на удаленный формат работы снизилась сплоченность коллектива, участились конфликты из-за недопонимания.

Задание: Составьте план одного внутреннего PR-мероприятия (реального или онлайн), направленного на восстановление доверия и укрепление корпоративного духа.

Тема 3: Формирование и продвижение бренда работодателя (Employer Branding)

Вопрос для собеседования: "Представьте, что вам нужно за 1 минуту "продать" нашу компанию как отличное место работы талантливому кандидату. Что бы вы выделили в первую очередь?"

Тема для реферата: "Сравнительный анализ ценностного предложения работодателя (EVP) в российских и международных IT-компаниях".

Практико-ориентированная ситуация (кейс):

Ситуация: Стартап «ТехноЛаб» не может конкурировать по зарплате с крупными IT-гигантами, но предлагает интересные проекты и гибкий график.

Задание: Сформулируйте основное сообщение (USP - уникальное торговое предложение) для бренда работодателя «ТехноЛаб» и предложите два нестандартных канала для его продвижения среди целевой аудитории.

Тема 4: Управление репутацией в кризисных ситуациях

Вопрос для собеседования: "В социальных сетях появился гневный пост сотрудника о плохих условиях труда в вашей компании. Каковы будут ваши первые шаги?"

Тема для реферата: "Протоколы коммуникации с сотрудниками как инструмент минимизации репутационных потерь в кризисной ситуации".

Практико-ориентированная ситуация (кейс):

Ситуация: В производственной компании «Прогресс» произошла серьезная авария, временно остановлено производство, в СМИ появляются тревожные новости. Среди сотрудников растет паника

и слухи о массовых увольнениях.

Задание: Составьте проект первого официального обращения (пост в интранете / письмо) к сотрудникам от лица генерального директора, которое поможет снизить накал и даст четкие ориентиры.

Тема 5: Планирование и оценка эффективности PR-деятельности в управлении человеческими ресурсами

Вопрос для собеседования: "По каким ключевым метрикам вы бы стали оценивать успешность программы по привлечению молодых специалистов в компанию?"

Тема для реферата: "ROI (возврат на инвестиции) от программ внутреннего PR: методы расчета и доказательство эффективности для руководства".

Практико-ориентированная ситуация (кейс):

Ситуация: Руководство компании «Феникс» сомневается в эффективности отдела HR и PR и требует предоставить четкий план и обоснование бюджета на следующий год.

Задание: Используя модель SMART, сформулируйте 2 цели и 3-4 конкретных тактических действия из области HR-PR на следующий год, результат которых можно будет измерить.

***Примерные оценочные материалы
для проведения промежуточной аттестации (зачет, экзамен)
по итогам освоения дисциплины (модуля)***

Дайте определение понятию «корпоративный имидж».

В чем заключается различие между имиджем и репутацией?

Назовите ключевые элементы структуры корпоративного имиджа.

Что такое «бренд работодателя» (Employer Branding)?

Какова основная цель стратегического PR в современной организации?

Опишите взаимосвязь между корпоративной культурой и внутренним имиджем.

Что такое внутренний PR и каковы его задачи?

Перечислите основные каналы внутренних коммуникаций.

Какова роль HR-специалиста в процессах формирования имиджа и репутации?

Что подразумевается под «ценностным предложением работодателя» (EVP)?

Назовите основные этапы процесса управления деловой репутацией.

Какие виды репутационных рисков вы знаете?

Как внутренний имидж компании влияет на ее внешнюю репутацию?

Что такое «корпоративная идентичность» и из чего она состоит?

Опишите модель коммуникационного процесса при построении имиджа.

Какую роль в формировании имиджа играют линейные менеджеры?

Каковы ключевые компоненты плана по управлению репутацией?

Что такое кризисные коммуникации и каковы их основные принципы?

Перечислите инструменты продвижения бренда работодателя во внешней среде.

Как измерить эффективность программ по внутреннему PR?

Какие качественные методы используются для исследования репутации?

Какие количественные метрики (KPI) используют для оценки бренда работодателя?

Как социальные сети влияют на формирование имиджа компании?

Что такое «амбассадоры бренда» и какова их роль в PR?

Как организовать эффективную систему обратной связи от сотрудников?

В чем особенности построения имиджа в B2B и B2C секторах?

Как управлять имиджем первого лица компании?

Каковы основные стадии жизненного цикла корпоративной репутации?

Что включает в себя аудит репутации компании?

Как противостоять распространению негативной информации и слухов?

Опишите алгоритм действий при возникновении репутационного кризиса.

Как мотивировать сотрудников на участие в продвижении бренда компании?

Каковы этические аспекты деятельности в сфере имиджа и PR?

Как интегрировать HR-стратегию в общую систему корпоративных коммуникаций?

В чем особенности формирования имиджа для государственных организаций?

Как измерить лояльность сотрудников и ее влияние на репутацию?

Каковы современные тренды в области управления репутацией?

Как использовать storytelling во внутренних и внешних коммуникациях?

Что такое «цифровой имидж» и как им управлять?

Как оценить возврат на инвестиции (ROI) от программ по управлению репутацией?

Пример заданий для контрольных точек.

Знать

Задание: Перечислите и кратко охарактеризуйте не менее трёх ключевых компонентов ценностного предложения работодателя (EVP).

Уметь

Задание: Разработайте план из трёх конкретных мероприятий, направленных на укрепление внутреннего имиджа компании после объявления о предстоящей реорганизации.

Владеть

Задание: Проведите анализ публикаций в деловых СМИ и отзывов на платформе-агрегаторе (на выбор) для выявления ключевых проблем репутации компании «Н» и предложите основной тезис для её корректирующей коммуникации.

Темы письменных работ (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)