

**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 привлечь 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?

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

Роль имиджа в формировании корпоративной репутации.
Стратегии PR для улучшения корпоративного имиджа.
Влияние социальных медиа на имидж и репутацию компании.
Этические аспекты формирования имиджа и репутации в PR.
Методы оценки эффективности PR-кампаний по созданию имиджа.
Кризисный PR: как управлять репутацией компании в кризисных ситуациях.
Сравнительный анализ имиджа и репутации: ключевые различия и взаимосвязи.
Роль лидеров мнений в формировании имиджа бренда.
Психологические аспекты восприятия имиджа компании потребителями.
Использование сторителлинга в PR для укрепления имиджа компании.
Влияние корпоративной культуры на имидж и репутацию организации.
Технологии создания позитивного имиджа в digital-пространстве.
Анализ успешных кейсов по формированию имиджа и репутации компаний.
Роль пресс-релизов и медиа-материалов в формировании корпоративного имиджа.
Стратегическое планирование имиджа и репутации в современном бизнесе.
Влияние благотворительности и социальной ответственности на имидж компании.
Имидж и репутация в эпоху информационной войны: вызовы и решения.
Методы защиты репутации компании в условиях информационного давления.
Роль обратной связи с клиентами в формировании корпоративного имиджа.
Интеграция PR и маркетинга для создания сильного бренда.