

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Управление корпоративной репутацией и потребительскими ожиданиями в
креативных индустриях

Код модуля
1161952(1)

Модуль
Инструменты ведения бизнеса в креативных
индустриях

Екатеринбург

Оценочные материалы составлены автором(ами):

№ п/п	Фамилия, имя, отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Костылева Наталья Владиславовна	кандидат социологических наук, без ученого звания	Доцент	международной экономики и менеджмента

Согласовано:

Управление образовательных программ

И.Ю. Русакова

Авторы:

- Костылева Наталья Владиславовна, Доцент, международной экономики и менеджмента

1. СТРУКТУРА И ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ Управление корпоративной репутацией и потребительскими ожиданиями в креативных индустриях

1.	Объем дисциплины в зачетных единицах	3	
2.	Виды аудиторных занятий	Лекции Практические/семинарские занятия	
3.	Промежуточная аттестация	Экзамен	
4.	Текущая аттестация	Контрольная работа	1
		Домашняя работа	1

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ (ИНДИКАТОРЫ) ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ Управление корпоративной репутацией и потребительскими ожиданиями в креативных индустриях

Индикатор – это признак / сигнал/ маркер, который показывает, на каком уровне обучающийся должен освоить результаты обучения и их предъявление должно подтвердить факт освоения предметного содержания данной дисциплины, указанного в табл. 1.3 РПМ-РПД.

Таблица 1

Код и наименование компетенции	Планируемые результаты обучения (индикаторы)	Контрольно-оценочные средства для оценивания достижения результата обучения по дисциплине
1	2	3
ПК-17 -Способность эффективно применять актуальные инструменты и технологии ведения бизнеса в креативных индустриях	З-1 - Знать инструменты и технологии осуществления бизнес-деятельности в креативных индустриях П-1 - Быть способным (владеть) провести оценку и отбор эффективных бизнес-инструментов и бизнес-технологий с учетом специфики креативной индустрии У-1 - Уметь применять на практике инструменты и технологии ведения бизнеса в креативных индустриях с учетом их эффективности и результативности	Домашняя работа Контрольная работа Лекции Практические/семинарские занятия Экзамен

3. ПРОЦЕДУРЫ КОНТРОЛЯ И ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ В РАМКАХ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ В БАЛЬНО-РЕЙТИНГОВОЙ СИСТЕМЕ (ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА БРС)

3.1. Процедуры текущей и промежуточной аттестации по дисциплине

1. Лекции: коэффициент значимости совокупных результатов лекционных занятий – 0.5		
Текущая аттестация на лекциях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
<i>контрольная работа</i>	16	100
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лекциям – 0.5		
Промежуточная аттестация по лекциям – экзамен		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по лекциям – 0.5		
2. Практические/семинарские занятия: коэффициент значимости совокупных результатов практических/семинарских занятий – 0.5		
Текущая аттестация на практических/семинарских занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
<i>домашняя работа</i>	16	100
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по практическим/семинарским занятиям – 1		
Промежуточная аттестация по практическим/семинарским занятиям – нет		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по практическим/семинарским занятиям – не предусмотрено		
3. Лабораторные занятия: коэффициент значимости совокупных результатов лабораторных занятий – не предусмотрено		
Текущая аттестация на лабораторных занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лабораторным занятиям – не предусмотрено		
Промежуточная аттестация по лабораторным занятиям – нет		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по лабораторным занятиям – не предусмотрено		
4. Онлайн-занятия: коэффициент значимости совокупных результатов онлайн-занятий – не предусмотрено		
Текущая аттестация на онлайн-занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах

Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по онлайн-занятиям -не предусмотрено
Промежуточная аттестация по онлайн-занятиям –нет
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по онлайн-занятиям – не предусмотрено

3.2. Процедуры текущей и промежуточной аттестации курсовой работы/проекта

Текущая аттестация выполнения курсовой работы/проекта	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
Весовой коэффициент текущей аттестации выполнения курсовой работы/проекта– не предусмотрено		
Весовой коэффициент промежуточной аттестации выполнения курсовой работы/проекта– защиты – не предусмотрено		

4. КРИТЕРИИ И УРОВНИ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ

4.1. В рамках БРС применяются утвержденные на кафедре/институте критерии (признаки) оценивания достижений студентов по дисциплине модуля (табл. 4) в рамках контрольно-оценочных мероприятий на соответствие указанным в табл.1 результатам обучения (индикаторам).

Таблица 4

Критерии оценивания учебных достижений обучающихся

Результаты обучения	Критерии оценивания учебных достижений, обучающихся на соответствие результатам обучения/индикаторам
Знания	Студент демонстрирует знания и понимание в области изучения на уровне указанных индикаторов и необходимые для продолжения обучения и/или выполнения трудовых функций и действий, связанных с профессиональной деятельностью.
Умения	Студент может применять свои знания и понимание в контекстах, представленных в оценочных заданиях, демонстрирует освоение умений на уровне указанных индикаторов и необходимых для продолжения обучения и/или выполнения трудовых функций и действий, связанных с профессиональной деятельностью.
Опыт /владение	Студент демонстрирует опыт в области изучения на уровне указанных индикаторов.
Другие результаты	Студент демонстрирует ответственность в освоении результатов обучения на уровне запланированных индикаторов. Студент способен выносить суждения, делать оценки и формулировать выводы в области изучения. Студент может сообщать преподавателю и коллегам своего уровня собственное понимание и умения в области изучения.

4.2 Для оценивания уровня выполнения критериев (уровня достижений обучающихся при проведении контрольно-оценочных мероприятий по дисциплине модуля) используется универсальная шкала (табл. 5).

Таблица 5

Шкала оценивания достижения результатов обучения (индикаторов) по уровням

Характеристика уровней достижения результатов обучения (индикаторов)				
№ п/п	Содержание уровня выполнения критерия оценивания результатов обучения (выполненное оценочное задание)	Шкала оценивания		
		Традиционная характеристика уровня		Качественная характеристи ка уровня
1.	Результаты обучения (индикаторы) достигнуты в полном объеме, замечаний нет	Отлично (80-100 баллов)	Зачтено	Высокий (В)
2.	Результаты обучения (индикаторы) в целом достигнуты, имеются замечания, которые не требуют обязательного устранения	Хорошо (60-79 баллов)		Средний (С)
3.	Результаты обучения (индикаторы) достигнуты не в полной мере, есть замечания	Удовлетворительно (40-59 баллов)		Пороговый (П)
4.	Освоение результатов обучения не соответствует индикаторам, имеются существенные ошибки и замечания, требуется доработка	Неудовлетворитель но (менее 40 баллов)	Не зачтено	Недостаточный (Н)
5.	Результат обучения не достигнут, задание не выполнено	Недостаточно свидетельств для оценивания		Нет результата

5. СОДЕРЖАНИЕ КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ

5.1. Описание аудиторных контрольно-оценочных мероприятий по дисциплине модуля

5.1.1. Лекции

Самостоятельное изучение теоретического материала по темам/разделам лекций в соответствии с содержанием дисциплины (п. 1.2. РПД)

5.1.2. Практические/семинарские занятия

Примерный перечень тем

1. Управление репутацией: стратегический и операционный аспекты
2. Роль корпоративной культуры в формировании репутации
3. Технология брендинга и репутационные стратегии
4. Управление информацией с целью формирования репутационных активов
5. Управление репутацией – как стратегический ресурс формирования сбалансированной коммуникационной политики
6. Стратегии управления репутацией

7. Антикризисные репутационные технологии. Основные ошибки РМ и способы их преодоления

Примерные задания

Семинарские занятия проводятся в соответствии с рабочими планами групп и включают следующие виды работ и форм взаимодействия преподаватель-студент: ответы на вопросы по материалу для самостоятельного изучения, обсуждение проблемных ситуаций, решение задач с изменением/усложнением условий (вводом дополнительных переменных факторов), выступление (презентация результатов) студента на заранее обозначенную тему, решение и обсуждение кейсов. Работа на семинарских занятиях может выполняться студентами индивидуально или в составе группы.

LMS-платформа – не предусмотрена

5.2. Описание внеаудиторных контрольно-оценочных мероприятий и средств текущего контроля по дисциплине модуля

Разноуровневое (дифференцированное) обучение.

Базовый

5.2.1. Контрольная работа

Примерный перечень тем

1. Управление репутацией как фактор повышения конкурентоспособности компании

Примерные задания

- Роль РМ в управлении стоимостью компании.
- Репутация – как нематериальный актив компании.
- РМ в системе стратегического менеджмента.
- Ценность корпоративной репутации: основные подходы
- Значение РМ для улучшения конкурентной позиции.
- Эффекты «хорошей» и «плохой» репутации.
- Роль руководства в управлении репутацией.
- Корпоративная аудитория: сегментация с позиции оценки имиджа и репутации целевых аудиторий.
- Формирования корпоративной репутации и индивидуальной узнаваемости и имиджа: стратегические и операционные особенности управления корпоративной репутацией.

LMS-платформа – не предусмотрена

5.2.2. Домашняя работа

Примерный перечень тем

1. Программа репутационного развития будущего бизнеса (предприятия)

Примерные задания

Алгоритм разработки программы:

1. Формируется генеральная цель: определяется суть проекта, с учетом возможностей и ограничений.
2. На основании «торга вокруг плана» определяется первоначальный вид проекта: «цель- идея- целевая аудитория-средства- результат».
3. Прорабатываются основные элементы:

- Клиенты
 - Территория
 - Дополнительные ресурсы
 - Новые технологии, методы и пр.
4. Определяются компетенции участников команды.
 5. Прорабатываются коммуникационные каналы.
 6. Отбираются коммуникационные посредники.
 7. Детально разрабатывается программа, формулируются ключевые задачи.
 8. В рамках каждой задачи определяется несколько мероприятий.

Объем программы не должен превышать 20 страниц, 1,5 инт., 12 кегль, шрифт Times New Roman.

Содержание программы:

1. Описание бизнес-идеи

1.1. Требования к бизнес-идее:

- Бизнес-идея должна быть реалистична и конкурентоспособна (обеспечивать доход). Желательно, чтобы идея обладала новизной.

- Бизнес-идея должна быть адекватна (соответствовать месту и времени).

- Сфера деятельности – производство товаров или услуг для широкого круга потребителей.

1.2. Описание бизнес-идеи:

- Характеристика проблемы и обоснование необходимости ее решения.

- Концепция: подробное описание бизнес идеи.

- Аудитория: на кого рассчитан данный проект.

- Наличие аналогов данного бизнеса.

- Особенности реализации: каковы сильные и слабые стороны вашего проекта.

- Потенциал: во что может вылиться, определить временной лаг.

2. Обоснование реалистичности и конкурентоспособности бизнес-идеи

3. Стратегический модуль. Сегментирование и позиционирование.

3.1. Разработка стратегических компонентов (миссия, видение, стратегические цели, стратегии управления репутацией, функциональные стратегии).

Дерево решений.

3.2. Сегментирование и позиционирование.

1. Определить, какие сегменты целесообразно рассматривать в качестве целевых.

2. Предварительно оценить, какие требования целевые потребители предъявляют к продукту и чем они руководствуются, осуществляя свой выбор.

3. Разработать продукты (предложение), которые в максимальной степени удовлетворяют этим запросам и ожиданиям.

4. Оценить позиции конкурирующих продуктов на выбранных рыночных сегментах, глядя на них глазами целевых потребителей.

5. Выбрать стратегии, которые дифференцируют продукт (продукты) от продуктов конкурентов и соответствуют ожиданиям целевых потребителей.

4. Операционный план управления репутационным проектом
Упрощенный алгоритм
Охват аудитории (Кого вы хотите охватить?)
Стратегия обращения (Что вы им хотите сказать?)
Стратегия средств рекламы (Когда и где вы будете контактировать с ними?)

5. План рекламной программы
Алгоритм коммуникационного планирования
 1. Задачи
 2. Позиционирование
 3. Исследования
 4. Выбор целевой аудитории и постановка практических задач
 5. Коммуникационные задачи
 6. Креативная стратегия
 7. Медиа-стратегия и МК
 8. Мониторинг кампании и оценка результатов

6. Предварительный анализ потенциальных выгод от осуществления проекта по созданию репутации

1. Определить, какую роль играет репутация для компании и как на ее развитие повлияет проект.
2. Оценить многообразие имиджа и репутации проекта по сравнению с конкурентами
3. Оценить потенциальные факторы формирования корпоративного имиджа, отличительные корпоративные характеристики, имеющиеся в распоряжении.
4. Определить, какие характеристики имиджа соответствуют ценностям корпоративной аудитории
5. Оценить рентабельность проекта, какие выгоды принесет управление корпоративной репутацией

LMS-платформа – не предусмотрена

5.3. Описание контрольно-оценочных мероприятий промежуточного контроля по дисциплине модуля

5.3.1. Экзамен

Список примерных вопросов

1. Назовите каналы корпоративных коммуникаций, кратко охарактеризуйте каждый
2. Какую роль играет руководитель в создании корпоративного имиджа и репутации?
3. Назовите основные репутационные стратегии руководителя. Оцените их преимущества и недостатки
4. В каких ситуациях руководство компании должно принять решение о смене корпоративного имиджа?
5. Каков алгоритм обоснования решения о смене корпоративного имиджа?
6. Как можно оценить эффективность работы по созданию корпоративного имиджа?
7. Назовите количественные и качественные подходы к оценке репутации

8. Назовите и охарактеризуйте основные стратегии антикризисного управления коммуникациями компании. Выделите преимущества и недостатки указанных стратегий
 9. Назовите и дайте краткую характеристику типам кризисов.
 10. Определите основные пути преодоления кризисных ситуаций
 11. Какие стратегии взаимодействия с корпоративными аудиториями в большей степени способствуют минимизации репутационных рисков?
 12. Какие коммуникационные каналы наиболее эффективны для разных стратегий взаимодействия с корпоративными аудиториями?
 13. Какую роль играет руководитель при решении антикризисных задач компании?
 14. Какие коммуникации может использовать руководитель компании для решения задач эффективного управления имиджем и репутацией?
 15. Существуют ли коммуникационные возможности в недопущении кризисных ситуаций в компании. Приведите примеры
 16. Назовите и поясните в чем заключаются основные ошибки репутационного менеджмента. Как менеджмент компании может избежать их возникновения?
 17. Предложите проект антикризисного поведения для известной компании (кейс)
 18. Примените алгоритм принятия решений в области коммуникационного репутационного планирования в известной компании (кейс)
 19. Охарактеризуйте роль корпоративной культуры в формировании репутации
 20. Каким образом возможно предварительно оценить, какие требования целевые потребители предъявляют к продукту и чем они руководствуются, осуществляя свой выбор
- LMS-платформа – не предусмотрена

5.4 Содержание контрольно-оценочных мероприятий по направлениям воспитательной деятельности

Направление воспитательной деятельности	Вид воспитательной деятельности	Технология воспитательной деятельности	Компетенция	Результаты обучения	Контрольно-оценочные мероприятия
Профессиональное воспитание	проектная деятельность учебно-исследовательская, научно-исследовательская профорориентационная деятельность целенаправленная работа с информацией для использования в практических целях	Технология образования в сотрудничестве Технология дебатов, дискуссий Технология «Портфолио работ» Технология формирования уверенности и готовности к самостоятельной успешной профессиональной деятельности Технология	ПК-17	П-1	Домашняя работа Контрольная работа Лекции Практические/семинарские занятия Экзамен

		проектного образования			
--	--	---------------------------	--	--	--