

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**
Управление корпоративной репутацией

Код модуля
1157361

Модуль
Устойчивое развитие корпораций

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**

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**

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-1 -Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на промежуточном уровне) организационной и управленческой теории (Международный и корпоративный менеджмент)	З-1 - Знать основы организационной и управленческой теории П-1 - Владеть методами и инструментами организационно-управленческой теории для решения профессиональных задач У-1 - Уметь применять положения организационно-управленческой теории к решению профессиональных задач	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 характеристика 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	Неудовлетворительно (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

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. 1. Назовите каналы корпоративных коммуникаций, кратко охарактеризуйте каждый

2. 2. Какую роль играет руководитель в создании корпоративного имиджа и репутации? Назовите основные репутационные стратегии руководителя. Оцените их преимущества и недостатки.

3. 3. В каких ситуациях руководство компании должно принять решение о смене корпоративного имиджа? Каков алгоритм обоснования данного решения?

4. 4. Как можно оценить эффективность работы по созданию корпоративного имиджа? Назовите количественные и качественные подходы к оценке репутации.

5. 5. Назовите и охарактеризуйте основные стратегии антикризисного управления коммуникациями компании. Выделите преимущества и недостатки указанных стратегий.

6. 6. Назовите и дайте краткую характеристику типам кризисов. Определите основные пути преодоления кризисных ситуаций в каждом из вариантов.

7. 7. Какие стратегии взаимодействия с корпоративными аудиториями в большей степени способствуют минимизации репутационных рисков? Какие коммуникационные каналы наиболее эффективны для каждого вида стратегий?

8. 8. Какую роль играет руководитель при решении антикризисных задач компании? Какие коммуникации может использовать руководитель компании для решения задач эффективного управления имиджем и репутацией?

9. 9. Существуют ли коммуникационные возможности в недопущении кризисных ситуаций в компании. Приведите примеры.

10. 10. Назовите и поясните в чем заключаются основные ошибки репутационного менеджмента. Как менеджмент компании может избежать их возникновения?

11. 11. Предложите проект антикризисного поведения для известной компании (кейс).

12. 12. Примените алгоритм принятия решений в области коммуникационного репутационного планирования в известной компании (кейс).

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 проектного образования	ПК-1	З-1 У-1 П-1	Домашняя работа Контрольная работа Лекции Практические/семинарские занятия Экзамен