

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЛУГАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ ВЛАДИМИРА ДАЛЯ»

Институт управления и государственной службы
Кафедра менеджмента и экономической безопасности



УТВЕРЖДАЮ

Директор института управления и
государственной службы

Р.Г. Харьковский

февраля 2025 года

(подпись)

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по учебной дисциплине
Коммуникационный менеджмент и управление офисом

(наименование учебной дисциплины, практики)

38.03.02 Менеджмент

(код и наименование направления подготовки (специальности))

«Менеджмент организаций»

(наименование профиля подготовки (специальности, магистерской программы); при отсутствии ставится прочерк)

Разработчики:

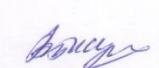
ст. преподаватель  Махонич И.В.

ст. преподаватель  Рубанов М.Н.

(подпись)

ФОС рассмотрен и одобрен на заседании кафедры менеджмента и экономической
безопасности от «5» февраля 2025 г., протокол № 7

Заведующий кафедрой
менеджмента и экономической
безопасности



(подпись)

В.Н. Тисунова

Луганск 2025 г.

**Комплект оценочных материалов по дисциплине
«Коммуникационный менеджмент и управление офисом»**

Задания закрытого типа

Задания закрытого типа на выбор правильного ответа

1. Выберите один правильный ответ

Управленческая информация – это:

- А) Способы, которые определять порядок регистрации, преобразования, сохранение и движения сведений
- Б) Новые сведения, понятные и оцененные как полезные для решения конкретной задачи
- В) Представленные в простой форме сведения для практического использования

Правильный ответ: Б

Компетенции (индикаторы): ПК-2 (ПК-2.1)

2. Выберите один правильный ответ

Авторитет менеджера базируется на:

- А) Панибратстве и власти
- Б) Страхе подчиненных и принуждении
- В) Должностном статусе и завоеванном престиже

Правильный ответ: В

Компетенции (индикаторы): ПК-2 (ПК-2.1)

3. Выберите один правильный ответ

Как называется уровень идентификации работника с организацией, разделяемые им ценности, миссии и целям организации?

- А) Удовлетворенность трудом
- Б) Лидерство
- В) Лояльность компании
- Г) Диверсионное поведение

Правильный ответ: В

Компетенции (индикаторы): ПК-2 (ПК-2.1)

4. Выберите один правильный ответ

Менеджмент можно рассматривать как:

- А) Науку управления
- Б) Практику управления
- В) Способ мышления

Правильный ответ: А

Компетенции (индикаторы): ПК-2 (ПК-2.1)

5. Выберите один правильный ответ

Виды стилей управления бывают:

- А) Авторитарный, единоличный, демократический
- Б) Авторитарный, коллегиальный, демократический
- В) Авторитарный, либеральный, демократический
- Г) Демократический, либеральный, невмешательский

Правильный ответ: В

Компетенции (индикаторы): ПК-2 (ПК-2.1)

6. Выберите один правильный ответ

Методы управления организацией классифицируются на:

- А) Методы руководства, убеждения, морального стимулирования
- Б) Экономические, материального поощрения, психологические
- В) Организационно-административные, социальные, дисциплинарные
- Г) Организационно-административные (организационно-распорядительные), экономические, социально-психологические.

Правильный ответ: Г

Компетенции (индикаторы): ПК-2 (ПК-2.1)

7. Выберите один правильный ответ

Какой документ является самым распространенным видом распорядительного документа, применяемого в практике управления?

- А) Распоряжение
- Б) Приказ
- В) Положение
- Г) Пояснительная записка

Правильный ответ: Б

Компетенции (индикаторы): ПК-2 (ПК-2.1)

8. Выберите один правильный ответ

Для авторитарного стиля общения характерными являются следующие черты:

- А) Стиль общения носит императивный характер. Человек, выбирающий для себя такой стиль общения, как правило, использует различные способы подавления мнения окружающих. Для такого стиля общения характерны такие особенности: в речи собеседника преобладает приказной тон, инициатива партнеров по общению всячески подавляется, коллективное обсуждение мнений не допускается
- Б) В основе стиля общения лежит модель паритетного общения. В данном случае люди становятся активными участниками коммуникационного процесса, получая возможность проявлять личную инициативу и принимать совместные решения. Особенности такого стиля общения заключаются в следующем: обращение к собеседникам имеет рекомендательный характер, всячески поддерживается личная инициатива партнеров по общению, поддерживается способствующий коллективному обсуждению идей психологический фон ситуации общения

В) Стиль общения предполагает незначительную роль собеседника в общении. Человек, придерживающийся такого стиля общения, не способен отстаивать свою точку зрения, он, скорее всего, будет прислушиваться к мнению большинства. Для такого стиля общения характерны такие особенности: собеседник стремиться отстраниться от общения, собеседники свободны в проявлении своей инициативы, решения принимаются в процессе коллективного обсуждения мнений.

Правильный ответ: А

Компетенции (индикаторы): ПК-5 (ПК-5.3)

9. Выберите один правильный ответ

Отличие пресс-конференции от брифинга как инструмента организации связей со средствами массовой информации состоит в том, что:

А) Брифинг предусматривает присутствие большего количества представителей средств массовой информации, чем пресс-конференция, в то время как пресс-конференция, как правило, характеризуется меньшей масштабностью, чем брифинг;

Б) Брифинг нацелен, прежде всего, на оперативное информирование представителей средств массовой информации о текущих событиях в жизни компании, в то время как на пресс-конференции основное внимание уделяется содержательному анализу информации, поступающей от официальных лиц, представляющих компанию

В) Брифинг предусматривает более обстоятельное и, соответственно, более продолжительное общение с представителями средств массовой информации, в отличие от пресс-конференции, традиционно проводимой в формате оперативной встречи с журналистским пулом.

Правильный ответ: Б

Компетенции (индикаторы): ПК-5 (ПК-5.3)

10. Выберите один правильный ответ

К кругу задач SMM-специалиста по продвижению компаний в социальных сетях в сфере комьюнити-менеджмента относится:

А) размещение публикаций в социальных сетях, создание карт содержимого для социальных сетей, адаптация существующего содержимого под формат социальных сетей, оптимизация размещаемого в социальных сетях контента для поисковых систем

Б) разработка общей стратегии присутствия компании в социальных сетях, интегрирование сайтов компаний с социальными сетями, брендирование сообществ компаний в социальных сетях, настройка таргетинга на целевые аудитории, проведение рекламных компаний в социальных сетях

В) повышение активности пользователей в сообществах компаний в социальных сетях, организация работы сообществами гражданский маркетологов и лидерами общественного мнения, нейтрализация негативных откликов в социальных сетях о работе компаний, организация и проведение мероприятий в онлайн и офлайн

формате с участием пользователей, организация поддержки пользователей через социальные сети

Правильный ответ: В

Компетенции (индикаторы): ПК-5 (ПК-5.3)

11. Выберите один правильный ответ

При достигнутой компанией достаточно широкой известности на рынке, характеризующемся стабильным спросом, как правило, используется:

А) Наращающая реклама, при которой происходит постоянное и непрерывное усиление информационного воздействия на потребителей за счет увеличения частоты передачи рекламных сообщений и рационального сочетания рекламы продукции с соответствующими событийными мероприятиями, в том числе, выставками, ярмарками, презентациями

Б) Равномерная реклама, при которой передача рекламных сообщений происходит через примерно равные интервалы времени, для чего используются приблизительно одинаковые рекламные площади в печатной прессе, а также объемы эфирного времени в сети радиовещания и телевидения

В) Нисходящая реклама, при которой постепенно уменьшается частота опубликования рекламных сообщений, наблюдается мотивированный отказ от использования наиболее дорогостоящих средств распространения рекламы и происходит постепенное сворачивание всей рекламной кампании

Правильный ответ: В

Компетенции (индикаторы): ПК-5 (ПК-5.3)

Задания закрытого типа на установление соответствия

1. Установите соответствие должности выполняемым функциям:

Должность

Основные функции

- | | | |
|----|---------------------|--|
| 1) | Секретарь-машинист | А)Составляет расписание руководителя, планирует встречи, конференции и командировки; координирует внутренние встречи, ведёт деловую переписку, общается с клиентами и партнёрами |
| 2) | Секретарь | Б)Обработка и распределение корреспонденции, реферирование информации, подготовка отчетов и статей для шефа, участие в переговорах |
| 3) | Секретарь- референт | В)Осуществляет общее руководство деятельностью секретариата, организовывает, координирует и контролирует его работу; планирует и организовывает выполнение возложенных на подразделение задач и функций; контролирует работу по выполнению функций и обязанностей, предусмотренных должностными инструкциями работников и другими нормативными документами |

- | | | |
|----|---------------------------|--|
| 4) | Референт | Г)Просмотр почты, отбор необходимой корреспонденции, ответы на стандартные запросы, индивидуальный подход к телефонным звонкам, контроль исполнения заданий |
| 5) | Ассистент руководителя | Д)Печатание документов под диктовку; ведение документации; ответы на телефонные звонки; отправка и получение корреспонденции |
| 6) | Руководитель секретариата | Е)Самостоятельное составление писем, контроль исполнения документов и заданий, составление графика рабочего дня руководителя, обзор и подготовка информации для шефа, подготовка и обеспечение переговоров |

Правильный ответ: 1-Д, 2-Г, 3-Е, 4-Б, 5-А, 6-В

Компетенции (индикаторы): ПК-2 (ПК-2.1)

2. Установите соответствие писем информационного характера их характеристикам:

- | | Вид письма | Характеристика |
|----|-------------------------|---|
| 1) | Информационное письмо | А)Письмо, которым автор информирует адресата о каких-либо событиях, фактах, представляющих взаимный интерес. Письмо может быть инициативным или являться ответом на письмо-просьбу или письмо-запрос |
| 2) | Письмо- сообщение | Б)Письмо, предлагающее товары (услуги), стимулирующее интерес к товару и желание его приобрести. Письма условно можно разделить на две группы: письма, предлагающие товары или услуги, и письма-презентации, содержащие сведения о фирме |
| 3) | Сопроводительное письмо | В)Письмо, цель которого – побудить адресата выполнить взятые на себя обязательства или принятые договоренности |
| 4) | Письмо- напоминание | Г)Письмо, в котором адресату сообщаются сведения официального характера. Такие письма нередко носят типовой характер и рассылаются по списку организациям определенного типа. В письмах могут разъясняться отдельные положения законодательных и иных нормативных правовых актов и даваться рекомендации по их применению |
| 5) | Письмо-извещение | Д)Используется для отправки документов, не имеющих адресной части |
| 6) | Письмо- уведомление | Е)Сообщает официальную информацию о каком-либо мероприятии или действиях, имеющих отношение к адресату. Письмо близко по назначению и содержанию к письму-сообщению, |

- письму-извещению или приглашению. Могут публиковаться в печатных изданиях в целях оповещения большого круга заинтересованных лиц
- 7) Рекламное письмо
- Ж)Информирует о публичных мероприятиях (совещаниях, семинарах, выставках, конференциях и т. п.), времени и месте их проведения; как правило, эти письма рассылаются широкому кругу организаций в целях их привлечения к участию в проводимых мероприятиях, а также могут сообщать об условиях участия в мероприятии и содержать другую вспомогательную информацию

Правильный ответ: 1 - Г, 2 - А, 3 - Д, 4 - В, 5 - Ж, 6 - Е, 7 - Б

Компетенции (индикаторы): ПК-2 (ПК-2.1)

3. Установите соответствие между видом рекламы и целью рекламного воздействия как инструмента маркетинговых коммуникаций:

Вид рекламы	Цель
1) Информирующая реклама	А) Удержать бренд в памяти потребителя, поддержать осведомленность о продукте
2) Убеждающая реклама	Б) Создать предпочтение к бренду, уговорить в необходимости покупки продукта
3) Напоминающая реклама	В) Сообщить сведения о новом продукте, ознакомить с преимуществами нового бренда
4) Предупреждающая реклама	Г) Предотвратить негативное восприятие бренда, пресечь распространение ложной информации о недостатках продукта

Правильный ответ: 1-В, 2-Б, 3-А, 4-Г

Компетенции (индикаторы): ПК-5 (ПК-5.3)

4. Установите соответствие между видом публичной речи как инструмента связей с общественностью и ее характеристикой:

Вид публичной речи	Характеристика
1) Развлекательная речь	А) Цель – вдохновить аудиторию на определенные действия, побудить к немедленному реагированию
2) Информационная речь	Б) Цель – изменить мнение или отношение аудитории к определенному вопросу или имеющей общественное значение идее

- | | |
|----------------------|--|
| 3) Агитационная речь | B) Цель – создать у аудитории хорошее настроение, доставить удовольствие и приятные эмоции |
| 4) Убеждающая речь | Г) Цель – представить данные, сведения по определенной теме, расширить знания аудитории |
| 5) Призывающая речь | Д) Цель – продвигать определенные идеи, ценности, побуждать к поддержке определенного движения |

Правильный ответ: 1-В, 2-Г, 3-Д, 4-Б, 5-А

Компетенции (индикаторы): ПК-5 (ПК-5.3)

5. Установите соответствие между типом документа и его характеристикой:

- | Тип документа | Характеристика |
|---------------|--|
| 1) Устав | A) Документ, содержащий подробные правила и процедуры выполнения определенных задач, операций или действий, обязательный для исполнения |
| 2) Приказ | B) Документ, фиксирующий ход обсуждения и принятые решения на совещании, собрании, заседании, а также мнения участников |
| 3) Инструкция | C) Основной учредительный документ организации, определяющий ее правовой статус, структуру, права и обязанности участников |
| 4) Протокол | D) Распорядительный документ, издаваемый руководителем организации или уполномоченным лицом для решения конкретных вопросов, обязательный для исполнения указанными в нем лицами |

Правильный ответ: 1-В, 2-Г, 3-А, 4-Б

Компетенции (индикаторы): ПК-5 (ПК-5.3)

6. Установите соответствие между специалистами по связям с общественностью и задачами их профессиональной деятельности в сфере управления организационными коммуникациями

Специалисты	Задачи профессиональной деятельности
1) Спиндоктор	A) Специалист, занимающийся правкой и улучшением текстов, проверяющий тексты на наличие грамматических, орфографических и пунктуационных ошибок, соответствие текстов нормам языка, стилистике подачи и логике изложения материалов, его задача состоит в том, чтобы обеспечить достоверность представленной в тексте информации, качество его подачи и читабельность текста.
2) Спичрайтер	B) Специалист, переписывающий существующие рекламные тексты и другие информационные материалы, изменяя стиль подачи, структуру текста или используемые в нем формулировки, но сохраняя при этом его исходный смысл в целях адаптации текста под определенную аудиторию или определенный формат коммуникации
3) Копирайтер	B) Специалист, пишущий оригинальные рекламные тексты и другие информационные материалы, нацеленные на продвижение товаров и услуг, его задача состоит в том, чтобы убедить читателя совершить целевое действие
4) Рерайтер	Г) Специалист, пишущий тексты для публичных выступлений руководителей компаний, общественных деятелей или выдающихся знаменитостей, его задача состоит в том, чтобы помочь оратору эффективно донести свои идеи до аудитории.
5) Редактор	Д) Специалист, формирующий общественное мнение, часто через манипулирование информацией в положительном или отрицательном смысле в зависимости от контекста, его задача состоит в том, чтобы представить информацию в наиболее выгодном свете

Правильный ответ: 1-Д, 2-Г, 3-В, 4-Б, 5-А

Компетенции (индикаторы): ПК-5 (ПК-5.3)

Задания закрытого типа на установление правильной последовательности

1. Установите правильную последовательность этапов жизненного цикла сотрудника:

- А) Набор
- Б) Привлечение
- В) Удержание
- Г) Адаптация
- Д) Развитие
- Е) Увольнение

Правильный ответ: Б, А, Г, В, Д, Е.

Компетенции (индикаторы): ПК-2 (ПК-2.1)

2. Установите правильную последовательность этапов подготовки и проведения пресс-конференции:

- А) Подготовка пресс-релиза и других материалов для журналистов
- Б) Рассылка приглашений журналистам и подтверждение их участия
- В) Определение целей и задач пресс-конференции и выбор спикеров
- Г) Проведение пресс-конференции с выступлением спикеров
- Д) Анализ результатов пресс-конференции и оценка ее эффективности
- Е) Выбор даты, времени и места проведения пресс-конференции
- Ф) Подготовка сценария пресс-конференции и репетиция выступлений

Правильный ответ: В, Е, Б, А, Ф, Г, Д

Компетенции (индикаторы): ПК-5 (ПК-5.3)

3. Установите правильную последовательность этапов проведения деловой беседы:

- А) Аргументация и убеждение (представление фактов, доводов и выгод для собеседника)
- Б) Завершение беседы (подведение итогов, согласование дальнейших действий, благодарность за уделенное время)
- В) Установление контакта (создание благоприятной атмосферы, представление, определение цели беседы)
- Г) Выявление потребностей и интересов собеседника (задавание вопросов, активное слушание)
- Д) Представление предложения (изложение сути предложения, акцент на преимуществах и возможностях)
- Е) Работа с возражениями (ответы на вопросы, развеивание сомнений, поиск компромиссов)

Правильный ответ: В, Г, Д, А, Е, Б

Компетенции (индикаторы): ПК-5 (ПК-5.3)

4. Установите правильную последовательность этапов подготовки к публичному выступлению:

- А) Репетиция выступления (прогон речи, работа над голосом и жестами, отработка ответов на возможные вопросы)
- Б) Анализ аудитории (определение характеристик, интересов и ожиданий слушателей)
- В) Структурирование материала (составление плана выступления, определение ключевых тезисов, выбор аргументов и примеров)
- Г) Определение цели выступления (формулирование желаемого результата, которого необходимо достичь)
- Д) Подготовка наглядных материалов (создание презентаций, слайдов, графиков, таблиц)
- Е) Выбор темы выступления и сбор информации (изучение литературы, проведение исследований).

Правильный ответ: Г, Б, Е, В, Д, А

Компетенции (индикаторы): ПК-5 (ПК-5.3)

5. Установите правильную последовательность основных этапов делопроизводства:

- А) Исполнение документов (выполнение поручений, подготовка ответов, реализация решений)
- Б) Контроль исполнения документов (отслеживание сроков и качества исполнения поручений)
- В) Подготовка и оформление документов (составление, редактирование, форматирование документов в соответствии с установленными требованиями)
- Г) Регистрация и учет документов (присвоение регистрационных номеров, ведение журналов и баз данных)
- Д) Организация хранения документов (формирование дел, архивирование)
- Е) Движение документов (передача документов между подразделениями и сотрудниками).

Правильный ответ: В, Г, Е, А, Б, Д

Компетенции (индикаторы): ПК-5 (ПК-5.3)

Задания открытого типа

Задания открытого типа на дополнение

1. Напишите пропущенное слово (словосочетание)

_____ разрешения конфликтов направлен на поиски решения за счет взаимных уступок, на выработку промежуточного решения, устраивающего обе стороны, при котором особо никто не выигрывает, но и не теряет.

Правильный ответ: стиль компромисса.

Компетенции (индикаторы): ПК-2 (ПК-2.1)

2. Напишите пропущенное слово (словосочетание).

Наибольшую степень нонконформизма могут проявлять члены группы, находящиеся на стадии _____, в этом случае они стремятся «быть не такими, как все».

Правильный ответ: индивидуализации.

Компетенции (индикаторы): ПК-2 (ПК-2.1)

3. Напишите пропущенное слово (словосочетание).

_____ в разрешении конфликтов направлен на пассивное поведение в конфликте при нежелании сотрудничать с другой стороной.

Правильный ответ: стиль уклонения.

Компетенции (индикаторы): ПК-2 (ПК-2.1)

4. Напишите пропущенное слово (словосочетание).

Основное отличие функционирования неформальных групп в организации от формальных заключается в том, что в неформальных группах отсутствуют конкретные роли и _____ структура.

Правильный ответ: иерархическая

Компетенции (индикаторы): ПК-2 (ПК-2.1)

5. Напишите пропущенное слово (словосочетание).

_____ в разрешении конфликтов направлен на открытую борьбу за свои интересы и давление на партнёра.

Правильный ответ: стиль конкуренции.

Компетенции (индикаторы): ПК-2 (ПК-2.1)

6. Напишите пропущенное слово (словосочетание).

В группе производятся продукты индивидуальной деятельности, в команде – продукты _____ деятельности

Правильный ответ: коллективной.

Компетенции (индикаторы): ПК-2 (ПК-2.1)

7. Напишите пропущенное слово (словосочетание).

_____ в разрешении конфликтов направлен на совместное решение конфликта с противодействующей стороной без жёсткой попытки отстаивать собственные интересы.

Правильный ответ: стиль приспособления.

Компетенции (индикаторы): ПК-2 (ПК-2.1)

8. Напишите пропущенное слово (словосочетание)

_____ – это документ, представляющий собой официальное информационное сообщение, которое компания направляет средствам массовой информации с целью донести до широкой общественности важную новость, объявление или информацию о своей деятельности. Это один из основных

инструментов связей с общественностью для привлечения внимания к компании, её продуктам, услугам или событиям. Его структура: заголовок (привлекательное и информативное название, отражающее суть новости), Лид (первый абзац, содержащий самую важную информацию, который должен отвечать на ключевые вопросы читателя, основная часть (одробное изложение новости с фактами, цифрами и цитатами); цитата (высказывание представителя компании, добавляющее весомости информации), информация о компании (краткое описание компании), контактная информация (данные для связи с представителем компании для получения дополнительной информации).

Правильный ответ: пресс-релиз.

Компетенции (индикаторы): ПК-5 (ПК-5.3)

9. Напишите пропущенное слово (словосочетание)

_____ реклама – это вид рекламы, выделяемый наряду с убеждающей и напоминающей рекламой, который используется в основном на этапе выведения на соответствующий сегмент рынка какого-либо нового товара. Этот вид рекламы способствует формированию первичного спроса, обеспечивает осведомленность потенциальных потребителей об основных свойствах и характеристиках нового или модернизированного товара, об особенностях использования нового товара, об основных условиях приобретения нового товара, уровне цен, льготах, скидках, местах продажи; предупреждает возможное негативное восприятие потребителями предлагаемых новинок и поддерживает в их сознании сформированный ранее положительный образ фирмы.

Правильный ответ: информирующая.

Компетенции (индикаторы): ПК-5 (ПК-5.3)

10. Напишите пропущенное слово (словосочетание)

_____ – периодическое издание печатной прессы, ориентированное на оперативную публикацию сведений о текущих событиях, важных для общества. Материал, размещаемый в этом издании, верстают по разделам и рубрикам, традиционно закрепившимся за полосой, в то время как в журнале постоянные разделы могут дополняться очерковыми и публицистическими материалами. Одна из первостепенных задач этого издания – анализ и оценка фактов с определенной идеологической позиции, которой придерживается редакция издания. В отличие от журнала, она обладает большей оперативностью подачи информации, но при этом в ней может быть предоставлен менее глубокий анализ затронутой темы. При этом это издание не только информирует о злободневных проблемах общества, но также занимается пропагандой с целью формирования общественного мнения и моделирования ответной поведенческой реакции читателя на освещаемые проблемы.

Правильный ответ: газета.

Компетенции (индикаторы): ПК-5 (ПК-5.3)

11. Напишите пропущенное слово (словосочетание)

_____ – это форма политического участия, позволяющая различным группам влияния, в том числе, коммерческим организациям и общественным объединениям, а также или отдельным гражданам с помощью различных коммуникационных технологий, предусматривающих оказание воздействия на мнение широкой общественности или мнение лиц, принимающих политические решения, отстаивать свои интересы в системе органов государственной власти и местного самоуправления. Он часто рассматривается как профессиональная деятельность по продвижение интересов бизнеса и общества в органах государственной власти и местного самоуправления посредством использования коммуникационных средств, предполагающих формирование общественного мнения, а также индивидуальную работу с лицами, принимающими политические решения.

Правильный ответ: лоббизм.

Компетенции (индикаторы): ПК-5 (ПК-5.3)

Задания открытого типа с кратким свободным ответом

1. Дайте краткий ответ на вопрос

На чем основан демократический стиль управления в менеджменте?

Правильный ответ:

Демократический стиль управления в менеджменте – это модель взаимодействия начальника с подчиненными, которая основана на справедливости, высоком уровне доверия, уверенности в профессионализме сотрудников при достаточно широких рамках свободы. Сотрудники могут самостоятельно принимать решения на местах. Способ руководства, при котором руководитель уважает мнения и пожелания сотрудников, вовлекает их в принятие решений и делегирует им часть своих полномочий.

Компетенции (индикаторы): ПК-2 (ПК-2.1)

2. Дайте краткий ответ на вопрос

На чем основан авторитарный стиль управления в менеджменте?

Правильный ответ:

Авторитарный стиль управления в менеджменте основан на следующих принципах: Единоличное принятие решений руководителем без учёта мнения сотрудников. Он принимает решения, исходя из собственного профессионального видения и согласно составленным им же планам. Безоговорочное выполнение указаний подчинёнными, без их обсуждения. Чёткая инструкция для сотрудников: какую задачу, каким способом и в какой срок нужно выполнить.

Компетенции (индикаторы): ПК-2 (ПК-2.1)

3. Ответьте на вопрос

Перечислите два основных вида межличностных коммуникаций, выделяемых с точки зрения используемых средств передачи информации.

Правильный ответ: 1) вербальные; 2) невербальные

Компетенции (индикаторы): ПК-5 (ПК-5.3)

4. Ответьте на вопрос

Какие существует три вида уровней коммуникации, выделяемых с точки зрения степени близости межличностных отношений и характера распределения социальных ролей участников коммуникативного процесса?

Правильный ответ: 1) интимно-личностный; 2) социально-ролевой; 3) официально-деловой

Компетенции (индикаторы): ПК-5 (ПК-5.3)

5. Ответьте на вопрос

Какие выделяют два вида организационных коммуникаций с точки зрения того, на какую аудиторию они нацелены и ограничиваются ли они рамками одной организации или выходят за пределы организации?

Правильный ответ: 1) внешние; 2) внутренние

Компетенции (индикаторы): ПК-5 (ПК-5.3)

6. Ответьте на вопрос

Какие существует две группы вертикальных коммуникаций в организации, выделяемых по направленности потоков информации?

Правильный ответ: 1) нисходящие; 2) восходящие

Компетенции (индикаторы): ПК-5 (ПК-5.3)

Задания открытого типа с развернутым ответом

1. Дайте развернутый ответ на вопрос

Определите понятие «офис», охарактеризуйте материальный и организационный компоненты офиса.

Время выполнения – 15 мин.

Ожидаемый результат:

Термин «офис» вошел в российский деловой обиход с распространением рыночных реалий во всех сферах жизни и первоначально воспринимался как англоязычный аналог понятий «контора», «канцелярия».

В другом смысле офис – это представительство какой-либо организации. В этом определении подчеркивается значение офиса как официальной «штаб-квартиры» фирмы, как помещения, в котором находится официальное представительство фирмы, её руководство. Это имеет немаловажное значение, т. к. именно адрес офиса (его престижность важна для имиджа фирмы) указывается как место расположения фирмы при ее регистрации. Таким образом, современный офис видится не только как аналог понятия «административная служба» или «контора», не только как помещение для деловых операций, но и как символ

престижа фирмы.

В более широком и современном своем значении термин «офис» включает не только помещение, но и весь персонал, работающий в нем. В данном случае термин «офис» идентичен понятиям «аппарат», «орган управления организации» (фирмы, предприятия, компаний), без которого они не смогут эффективно функционировать. Также офис как орган управления организации является юридическим лицом, наделенным определенными полномочиями, конкретной компетенцией и необходимыми средствами для осуществления повседневного руководства функционированием и развитием организации.

Таким образом, понятие офиса имеет материальный (конторское помещение и оборудование) и организационный (формы и структура управления) компоненты. Офис может быть самостоятельным учреждением, входить в более крупную организационную структуру либо быть информационно-управляющей ячейкой в сфере производства или обслуживания. Важной особенностью работы офиса является то, что это не только источник конечных информационных услуг, но и источник решений, регламентирующих поведение людей или распределение материальных ресурсов.

Критерии оценивания: представлено не менее двух определений понятия «офис», дана характеристика материального и организационного компонента офиса

Компетенции (индикаторы): ПК-2 (ПК-2.1)

2. Дайте развернутый ответ на вопрос

Что представляет собой газеты и журналы как периодически печатные издания и в чём заключаются их отличия?

Время выполнения – 15 мин.

Ожидаемый результат:

Газета – периодическое издание, ориентированное на оперативную публикацию сведений о текущих событиях, важных для общества.

Журнал – периодическое издание, имеющее постоянную рубрикацию и содержащее статьи по различным общественно-политическим, научно-техническим, социально-культурным и другим вопросам.

Журнал отличается от газеты форматом выпуска, объемом публикуемых материалов, более длительным циклом выпуска:

журналы, как и газеты, издают для определенной аудитории и различают по тематике. Однако журнал в этом плане имеет более широкие возможности, так как наряду с традиционными формами выпуска журнальной прессы выходят каталоги, альманахи, хроники и другие виды журнальной продукции;

если газеты по периодичности бывают ежемесячными, еженедельными и ежедневными, то журнал обычно выходит значительно реже, как правило, не чаще одного раза в месяц;

журнал обладает меньшей по сравнению с газетой оперативностью информации, но может предоставить более глубокий и всесторонний анализ затронутой темы;

в отличие от газеты, для которой характерны репортажи, заметки, обзоры, основными журнальными жанрами считаются развернутые интервью и аналитические статьи;

если газетный материал верстают по разделам и рубрикам, традиционно закрепившимся за газетной полосой, то в журнале постоянные разделы могут дополняться очерковыми и публицистическими материалами, а в литературных журналах – критическими статьями и библиографическими справками.
Критерии оценивания: дано определение газеты и журнала как периодического издания, представлена характеристика не менее трех отличий газеты и журнала
Компетенции (индикаторы): ПК-5 (ПК-5.3)

3. Дайте развернутый ответ на вопрос

Кто такой SMM-специалист, охарактеризуйте основные задачи SMM-специалиста в социальных медиа с точки зрения организации связей с общественностью

Время выполнения – 15 мин.

Ожидаемый результат:

SMM-специалист – это специалист по продвижению в социальных сетях. Основные функции SMM-специалиста в социальных медиа заключаются в следующем:

позиционирование компании в социальных сетях: определение целевой аудитории, разработка общей стратегии присутствия в социальных сетях, размещение публикаций в социальных сетях, анализ вовлеченности пользователей, проведение конкурсов, работа с аудиторией;

организация комьюнити-менеджмента: повышение активности пользователей в сообществах, направление обсуждений в нужное русло, проведение онлайн-ивентов с участием пользователей, организация службы поддержки через социальные сети;

организация контент-менеджмента: создание карт содержимого для различных площадок, адаптация существующего содержимого под формат социальных сетей;

организация работы с интерфейсами: брендирование сообществ, интегрирование сайтов с социальными сетями и электронными магазинами, внедрение стимулов для вступления пользователей в сообщества;

организация работы с лидерами мнений: выделение лидеров мнений целевой аудитории, организация ивентов для лидеров мнений, ведение работы с сообществами гражданских маркетологов;

организация аналитической работы: мониторинг социальных сетей, аналитика информационных поводов; оценка тональности упоминаний, поиск источников негатива, нейтрализация негативных откликов, анализ изменения информационного поля.

Критерии оценивания: дано определение должности SMM-специалиста, представлена характеристика не менее трех задач SMM-специалиста при организации связей с общественностью.

Компетенции (индикаторы): ПК-5 (ПК-5.3)

4. Дайте развернутый ответ на вопрос

Что представляют собой выставки и ярмарки как маркетинговые инструменты в системе управления связями с общественностью и в чем заключаются отличия между ними?

Время выполнения – 10 мин.

Ожидаемый результат:

Выставки и ярмарки – это мероприятия, предназначенные для демонстрации товаров, услуг и достижений, а также для установления деловых контактов. Хотя оба типа мероприятий служат подобным целям, между ними есть важные отличия.

Выставки: основная цель – демонстрация продукции, технологий, инноваций и достижений компаний. фокус на презентации, информировании и установлении контактов с потенциальными клиентами, партнерами и инвесторами; характер – более специализированные, часто ориентированы на определенную отрасль или технологию, представленная продукция может быть не предназначена для непосредственной продажи на месте; аудитория – преимущественно профессионалы отрасли, специалисты, потенциальные покупатели и партнеры, инвесторы, журналисты; атмосфера – более деловая и формальная.

Ярмарки: основная цель – прямая продажа товаров и услуг, фокус на заключении сделок и привлечении покупателей; характер – более широкого профиля, часто представляют продукцию различных отраслей. товары обычно доступны для непосредственной покупки; аудитория – более широкая аудитория, включающая как профессионалов, так и конечных потребителей; атмосфера – более оживленная и праздничная, направленная на привлечение внимания и стимулирование продаж.

Кратко говоря, выставки — это демонстрация, ярмарки — это продажа.

Критерии оценивания: дано обобщенное определение выставок и ярмарок, обозначено не менее двух отличий выставок и ярмарок.

Компетенции (индикаторы): ПК-5 (ПК-5.3)

5. Дайте развернутый ответ на вопрос

Что представляют собой деловые переговоры, охарактеризуйте порядок подготовки и ведения деловых переговоров

Время выполнения – 10 мин.

Ожидаемый результат:

Деловые переговоры – это процесс двустороннего или многостороннего общения, направленный на достижение взаимовыгодного соглашения между сторонами по определенному вопросу. Это структурированный процесс, требующий подготовки и умения вести диалог:

подготовка к деловым переговорам: определение целей и задач (четкое формулирование желаемого результата переговоров, анализ ситуации (изучение другой стороны, целей, интересов, сильных и слабых сторон, оценка собственных возможностей); разработка стратегии и тактики (выбор наиболее эффективного подхода к переговорам, подготовка аргументов и контраргументов); сбор информации (сбор всей необходимой информации о

предмете переговоров, альтернативных предложениях и других факторах, которые могут повлиять на исход переговоров); подготовка документов (подготовка документов и других материалов, необходимых для проведения переговоров); выбор места и времени (выбор удобного для всех участников места и времени проведения переговоров); формирование команды (если необходимо, создание команды переговорщиков с четким распределением ролей и обязанностей);

ведение деловых переговоров: приветствие и установление контакта (создание дружественной атмосферы, представление участников, обмен приветствиями); представление позиции (четкое и ясное изложение своей позиции, целей и предложений); обмен информацией (обмен информацией, задавание уточняющих вопросов и ответы на вопросы другой стороны); дискуссия и аргументация (обсуждение предложений, выдвижение аргументов и контраргументов); поиск компромисса (поиск взаимоприемлемого решения, уступки и компромиссы); заключение соглашения (формализация достигнутых договоренностей в письменном виде); резюмирование итогов (подведение итогов встречи, обмен благодарностями).

Критерии оценивания: дано определение деловых переговоров, представлена характеристика не менее чем по три этапа подготовки и ведения деловых переговоров.

Компетенции (индикаторы): ПК-5 (ПК-5.3)

Экспертное заключение

Представленный фонд оценочных средств (далее – ФОС) по дисциплине «Коммуникационный менеджмент и управление офисом» соответствует требованиям ФГОС ВО.

Предлагаемые формы и средства текущего и промежуточного контроля адекватны целям и задачам реализации основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, профиль «Менеджмент организаций».

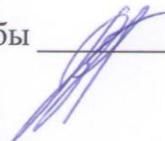
Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины представлены в полном объеме.

Виды оценочных средств, включенные в представленный фонд, отвечают основным принципам формирования ФОС.

Разработанный и представленный для экспертизы фонд оценочных средств рекомендуется к использованию в процессе подготовки обучающихся по указанному направлению.

Председатель учебно-методической комиссии
института управления и государственной службы

Студеникина В.П.



Лист изменений и дополнений

№ п/п	Виды дополнений и изменений	Дата и номер протокола заседания кафедры (кафедр), на котором были рассмотрены и одобрены изменения и дополнения	Подпись (с расшифровкой) заведующего кафедрой (заведующих кафедрами)