

**Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Национальный исследовательский университет «МЭИ»**

Направление подготовки/специальность: 38.04.02 Менеджмент

Наименование образовательной программы: Управление проектами

Уровень образования: высшее образование - магистратура

Форма обучения: Очная

**Оценочные материалы
по дисциплине
Репутационный менеджмент**

**Москва
2024**

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ РАЗРАБОТАЛ:

Разработчик

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Юдин И.В.
	Идентификатор	R8a1472e1-YudinIV-667968f0

И.В. Юдин

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель
образовательной
программы

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Кетоева Н.Л.
	Идентификатор	R56dba1ba-KetoyevaNL-5403d8c5

Н.Л.
Кетоева

Заведующий
выпускающей кафедрой

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Кетоева Н.Л.
	Идентификатор	R56dba1ba-KetoyevaNL-5403d8c5

Н.Л.
Кетоева

ОБЩАЯ ЧАСТЬ

Оценочные материалы по дисциплине предназначены для оценки достижения обучающимися запланированных результатов обучения по дисциплине, этапа формирования запланированных компетенций и уровня освоения дисциплины.

Оценочные материалы по дисциплине включают оценочные средства для проведения мероприятий текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

Формируемые у обучающегося компетенции:

1. ПК-1 Способен осуществлять стратегическое управление проектами и программами по внедрению новых методов и моделей организации и планирования деятельности организации

ИД-5 Демонстрирует знания современных принципов управления производственной, маркетинговой, инновационной, кадровой и финансовой сферами деятельности предприятия на основе методологии стратегического управления

и включает:

для текущего контроля успеваемости:

Форма реализации: Защита задания

1. Индивидуальное задание на тему "Общественность и репутация" (Индивидуальный проект)

Форма реализации: Компьютерное задание

1. Тест на тему "Понятие имиджа" (Тестирование)

Форма реализации: Письменная работа

1. Контрольная работа на тему "Имидж и репутация организации" (Контрольная работа)

2. Эссе на тему "Имидж и репутация организации" (Эссе)

БРС дисциплины

2 семестр

Перечень контрольных мероприятий текущего контроля успеваемости по дисциплине:

КМ-1 Тест на тему "Понятие имиджа" (Тестирование)

КМ-2 Контрольная работа на тему "Имидж и репутация организации" (Контрольная работа)

КМ-3 Эссе на тему "Имидж и репутация организации" (Эссе)

КМ-4 Индивидуальное задание на тему "Общественность и репутация" (Индивидуальный проект)

Вид промежуточной аттестации – Зачет.

Раздел дисциплины	Веса контрольных мероприятий, %				
	Индекс КМ:	КМ-1	КМ-2	КМ-3	КМ-4
	Срок КМ:	6	8	12	14

Понятие имиджа				
Имидж в менеджменте	+			
Профессиональный имидж	+			
Коммуникативный имидж	+			
Имидж и репутация организации				
Корпоративный имидж		+	+	
Технологии формирования корпоративного имиджа и репутации		+	+	
Параметры корпоративной репутации		+	+	
Общественность и репутация				
Общественность как объект управления репутацией				+
Маркетинговые стратегии формирования репутации				+
Вес КМ:	20	25	25	30

СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ

I. Оценочные средства для оценки запланированных результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Индекс компетенции	Индикатор	Запланированные результаты обучения по дисциплине	Контрольная точка
ПК-1	ИД-5ПК-1 Демонстрирует знания современных принципов управления производственной, маркетинговой, инновационной, кадровой и финансовой сферами деятельности предприятия на основе методологии стратегического управления	Знать: научные принципы и процессы, лежащие в основе процесса создания и поддержания репутации (ПК-2, ПК-4) структуру репутационного менеджмента (ПК-4) Уметь: пользоваться навыками профессиональной аргументации в выборе различных способов и методов формирования и поддержания репутации (ПК-2, ПК-4) обоснованно подходить к определению репутации в организации (ПК-4) анализировать субъекты и объекты процесса создания и поддержания репутации (ПК-2) критически оценивать ситуацию с позиции	КМ-1 Тест на тему "Понятие имиджа" (Тестирование) КМ-2 Контрольная работа на тему "Имидж и репутация организации" (Контрольная работа) КМ-3 Эссе на тему "Имидж и репутация организации" (Эссе) КМ-4 Индивидуальное задание на тему "Общественность и репутация" (Индивидуальный проект)

		репутационного менеджмента (ПК-2, ПК-4)	
--	--	--	--

II. Содержание оценочных средств. Шкала и критерии оценивания

КМ-1. Тест на тему "Понятие имиджа"

Формы реализации: Компьютерное задание

Тип контрольного мероприятия: Тестирование

Вес контрольного мероприятия в БРС: 20

Процедура проведения контрольного мероприятия: Тест проводится на компьютере в строго установленное время.

Краткое содержание задания:

Ответьте на вопросы.

Контрольные вопросы/задания:

Запланированные результаты обучения по дисциплине	Вопросы/задания для проверки
Знать: научные принципы и процессы, лежащие в основе процесса создания и поддержания репутации (ПК-2, ПК-4)	1.Что такое имидж?
Знать: структуру репутационного менеджмента (ПК-4)	1.Какие существуют виды имиджа:

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5 («отлично»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 86

Описание характеристики выполнения знания: Ответили на все или практически все вопросы. Высокий уровень усвоения материала.

Оценка: 4 («хорошо»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 70

Описание характеристики выполнения знания: Ответили на большую часть вопросов, есть фактические ошибки. Средний уровень усвоения материала.

Оценка: 3 («удовлетворительно»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 50

Описание характеристики выполнения знания: Ответили на половину вопросов. Низкий уровень усвоения материала.

Оценка: 2 («неудовлетворительно»)

Описание характеристики выполнения знания: Ответили на меньше половины вопросов или не ответили вообще. Материал не усвоен.

КМ-2. Контрольная работа на тему "Имидж и репутация организации"

Формы реализации: Письменная работа

Тип контрольного мероприятия: Контрольная работа

Вес контрольного мероприятия в БРС: 25

Процедура проведения контрольного мероприятия: Проводится аудиторно.

Краткое содержание задания:

Изучите профиль компании и опишите программу исправления репутации организации в долгосрочной перспективе.

Контрольные вопросы/задания:

Запланированные результаты обучения по дисциплине	Вопросы/задания для проверки
Уметь: анализировать субъекты и объекты процесса создания и поддержания репутации (ПК-2)	1.Определите принципы деятельности компании.
Уметь: критически оценивать ситуацию с позиции репутационного менеджмента (ПК-2, ПК-4)	1.Оцените корпоративное управление.

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5 («отлично»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 86

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "отлично" выставляется если задание выполнено в полном объеме или выполнено преимущественно верно

Оценка: 4 («хорошо»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 70

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "хорошо" выставляется если большинство вопросов раскрыто. выбрано верное направление для решения задач

Оценка: 3 («удовлетворительно»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 50

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "удовлетворительно" выставляется если задание преимущественно выполнено

Оценка: 2 («неудовлетворительно»)

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "неудовлетворительно" выставляется если задание выполнено неверно или преимущественно не выполнено

КМ-3. Эссе на тему "Имидж и репутация организации"

Формы реализации: Письменная работа

Тип контрольного мероприятия: Эссе

Вес контрольного мероприятия в БРС: 25

Процедура проведения контрольного мероприятия: Творческое задание, выполняемое дома.

Краткое содержание задания:

Написание эссе на тему “Цели организации управления коммуникациями PR-объекта в новых условиях” на примере конкретной компании.

Контрольные вопросы/задания:

Запланированные результаты обучения по дисциплине	Вопросы/задания для проверки
Уметь: пользоваться навыками профессиональной аргументации в выборе различных способов и методов формирования и поддержания репутации (ПК-2, ПК-4)	1.Как разработать систему количественных и качественных показателей корпоративной системы управления репутацией.

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5 («отлично»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 86

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "отлично" выставляется если задание выполнено в полном объеме или выполнено преимущественно верно

Оценка: 4 («хорошо»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 70

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "хорошо" выставляется если большинство вопросов раскрыто. выбрано верное направление для решения задач

Оценка: 3 («удовлетворительно»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 50

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "удовлетворительно" выставляется если задание преимущественно выполнено

Оценка: 2 («неудовлетворительно»)

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "неудовлетворительно" выставляется если задание выполнено неверно или преимущественно не выполнено

КМ-4. Индивидуальное задание на тему "Общественность и репутация"

Формы реализации: Защита задания

Тип контрольного мероприятия: Индивидуальный проект

Вес контрольного мероприятия в БРС: 30

Процедура проведения контрольного мероприятия: Внеаудиторная работа.

Краткое содержание задания:

Составление библиографического списка из 30 источников (включая не менее 5 на иностранном языке) с описанием содержания по теме курсовой работы. 90 процентов источников должно быть издано не более 10 лет назад.

Контрольные вопросы/задания:

Запланированные результаты обучения по дисциплине	Вопросы/задания для проверки
Уметь: обоснованно подходить к определению репутации в организации (ПК-4)	1.Снижение эффективности старых маркетинговых стратегий в условиях новых социально-экономических реалий: рационализация и индивидуализация спроса, спад эффективности массовой рекламы, необходимость координации маркетинговых коммуникаций.

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5 («отлично»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 86

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "отлично" выставляется если задание выполнено в полном объеме или выполнено преимущественно верно

Оценка: 4 («хорошо»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 70

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "хорошо" выставляется если большинство вопросов раскрыто. выбрано верное направление для решения задач

Оценка: 3 («удовлетворительно»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 50

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "удовлетворительно" выставляется если задание преимущественно выполнено

Оценка: 2 («неудовлетворительно»)

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "неудовлетворительно" выставляется если задание выполнено неверно или преимущественно не выполнено

СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

2 семестр

Форма промежуточной аттестации: Зачет

Пример билета

Определения понятий «имидж» и «репутация». Виды имиджа.

Процедура проведения

Подготовка ответов по билетам.

1. Перечень компетенций/индикаторов и контрольных вопросов проверки результатов освоения дисциплины

1. Компетенция/Индикатор: ИД-5_{ПК-1} Демонстрирует знания современных принципов управления производственной, маркетинговой, инновационной, кадровой и финансовой сферами деятельности предприятия на основе методологии стратегического управления

Вопросы, задания

- 1.1. Определения понятий «имидж» и «репутация». Виды имиджа.
2. Имидж руководителя. Имидж сотрудника. Имидж организации.
3. Этапы формирования имиджа. Социальная ответственность бизнеса.
4. Понятие о личном имидже. Психология имиджирования.
5. Понятие профессионального имиджа, его значение и особенности. Принципы построения профессионального имиджа.
6. Основные формы выражения профессионального имиджа. Технология создания профессионального имиджа.
7. Построение профессионального имиджа. Выбор профессии. Профессиограммы. Стил и профессия.
8. Понятие коммуникативного имиджа.
9. Искусство деловой речи. Деловой разговор: речевая специфика и логическая культура.
10. Ведение переговоров. Ведение делового совещания.
11. Публичные выступления. Как подготовить выступление. Речь, которую запомнят. Как вести себя во время выступления. Телефонные разговоры.
12. Невербальные средства общения. Значение невербальных средств общения в создании положительного имиджа. Мимика и жест. Фейсбилдинг.

Материалы для проверки остаточных знаний

1. Что понимал Г. Даулингу под определением:..... — это сумма нематериальных активов, внешних и внутренних характеристик субъекта, которые увеличивают акционерную стоимость, и являются частью его рыночной стоимости».

Ответы:

- - имидж
- - деловая репутация
- - репутационный капитал

Верный ответ: - репутационный капитал

2. Какой ответ не верный: положительная деловая репутация:

Ответы:

- имеет материальные выгоды;
- не имеет материальные выгоды;
- имеет нематериальные выгоды.

Верный ответ: - имеет материальные выгоды;

3. Что не относится к стратегическим преимуществам компании, связанным с большим уровнем репутационного капитала:

Ответы:

- увеличение конкурентных преимуществ компании в условиях кризиса доверия к бизнесу, особенно финансовой и банковской сфер;
- - возможность активно контролировать и управлять рисками, стоящими перед компанией;
- - сбалансированность финансовых и социальных императивов деятельности, способствующих долгосрочному успеху ведения бизнеса;
- - возможность прямого влияния на законодательное регулирование своей деятельности в своей отрасли.

Верный ответ: - возможность прямого влияния на законодательное регулирование своей деятельности в своей отрасли.

4. Репутационный капитал формируется при:

Ответы:

- взаимодействии с внешней средой организации;
- взаимодействии с внутренней средой организации;
- интегрированном взаимодействии.

Верный ответ: - интегрированном взаимодействии.

5. Концепция корпоративной социальной ответственности:

Ответы:

- - ближе по отношению к понятию имидж организации
 - ближе по отношению к понятию репутация организации;
 - независимая характеристика стратегии организации.
- Верный ответ: - ближе по отношению к понятию репутация организации;

II. Описание шкалы оценивания

Оценка: 5 («отлично»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 70

Описание характеристики выполнения задания: Работа выполнена в рамках "продвинутого" уровня. Ответы даны верно, четко сформулированные особенности практических решений

Оценка: 4 («хорошо»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 60

Описание характеристики выполнения задания: Работа выполнена в рамках "базового" уровня. Большинство ответов даны верно. В части материала есть незначительные недостатки

Оценка: 3 («удовлетворительно»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 50

Описание характеристики выполнения задания: Работа выполнена в рамках "порогового" уровня. Основная часть задания выполнена верно.

Оценка: 2 («неудовлетворительно»)

Описание характеристики выполнения задания: Работа не выполнена или выполнена преимущественно неправильно

III. Правила выставления итоговой оценки по курсу

0,4 x (среднеарифметическая оценка за эссе) + 0,6 x оценка на экзамене.