

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Игнатенко Виталий Иванович

Должность: Проректор по образовательной деятельности и молодежной политике

Дата подписания: 07.08.2025 12:20:07

Уникальный программный ключ:

a49ae343af5448d4547c7e1e499659da8109ba78

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Заполярье государственный университет им. Н. М. Федоровского»

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по дисциплине
Управление имиджем компании

Уровень образования: бакалавриат

Кафедра «Экономика, менеджмент и организация производства»

Разработчик ФОС:

кандидат экономических наук, Доцент, Н.А. Торгашова _____

Н.А. Торгашова

Оценочные материалы по дисциплине рассмотрены и одобрены на заседании кафедры, протокол № №7 от 17.03.2025 г.

Заведующий кафедрой _____ к.э.н., доцент Н.А. Торгашова

Фонд оценочных средств по дисциплине Управление имиджем компании для текущей/ промежуточной аттестации разработан в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по специальности / направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент на основе Рабочей программы дисциплины Управление имиджем компании, утвержденной решением ученого совета от 17.03.2025 г., Положения о формировании Фонда оценочных средств по дисциплине (ФОС), Положения о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ЗГУ, Положения о государственной итоговой аттестации (ГИА) выпускников по образовательным программам высшего образования в ЗГУ им. Н.М. Федоровского.

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами образовательной программы

Таблица 1. Компетенции и индикаторы их достижения

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения
УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.5 Способен ориентироваться на различные специфические черты общества при создании имиджа организации

Таблица 2. Паспорт фонда оценочных средств

№п/п	Контролируемые разделы(темы) дисциплины	Кодрезультата обучения по дисциплине/ модулю	Оценочные средства текущей аттестации		Оценочные средства промежуточной аттестации	
			Наименование	Форма	Наименование	Форма
8 семестр						

2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие процесс формирования компетенций в ходе освоения образовательной программы.

2.1. Задания для текущего контроля успеваемости

1. Каково место PR в рыночной экономике.
2. Является ли деятельность службы PR предпосылкой эффективности организации? Обеспечивает ли она её Развитие и стабильность? Какими средствами и инструментами PR и маркетинга.
3. Служба PR как инструмент обеспечения конкурентоспособности организации.
4. Воздействие печати, ТВ и радио на социальную активность личности. Механизм усвоения социальной информации.
5. Телекоммуникационные умения политических лидеров: структура, условия и факторы развития.
6. Проблема повышения эффективности информации средствами ТВ.
7. Имидж в политике организации. Формирование позитивного имиджа политика.
8. Изучение рынка и использование маркетинговых исследований по сбору информации.

9. Методы получения информации в маркетинговом исследовании рынка. Сегментация рынка. Поведенческие переменные электората.
10. Позиционирование. Составление карты позиционирования.
11. Маркетинг и связь с общественностью.
12. Маркетинг в массовых политических кампаниях.
13. Методы формирования имиджа организации и ее руководителя.
14. Имиджевая политика организации, как и из чего она складывается.
15. Развитие технологий выбора компании и продукции: отечественный и зарубежный опыт

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

Основное содержание ФОС по управлению имиджем компании

Цели и задачи контроля

Оценка понимания сущности и значения имиджа компании.

Проверка знаний методов и инструментов формирования и управления имиджем.

Анализ навыков разработки и реализации имиджевых стратегий и коммуникаций.

Оценка умения мониторить и корректировать имидж в условиях внешних и внутренних изменений.

Ключевые темы для контроля

Понятие имиджа и его роль в деятельности компании.

Компоненты и виды имиджа (корпоративный, продуктовый, персональный и др.).

Методы формирования имиджа: реклама, PR, бренд-менеджмент, корпоративная культура.

Каналы и инструменты коммуникации для управления имиджем.

Мониторинг и оценка эффективности имиджевых мероприятий.

Управление кризисным имиджем и антикризисные коммуникации.

Этические и правовые аспекты управления имиджем.

Роль цифровых технологий и социальных медиа в формировании имиджа.

Формы оценочных заданий

Тестовые вопросы по теории и практике управления имиджем.

Анализ кейсов и ситуационных задач по формированию и коррекции имиджа.

Практические задания по разработке имиджевой стратегии и коммуникационного

плана.

Подготовка и защита проектов, рефератов и эссе на тему управления имиджем.

Мониторинг и анализ имиджа конкретной компании с предложениями по улучшению.

Примерные вопросы для контроля

Что такое имидж компании и из каких компонентов он состоит?

Какие методы используются для формирования корпоративного имиджа?

Каковы основные каналы коммуникации в управлении имиджем?

Какие этапы включает процесс мониторинга имиджа?

Как управлять имиджем компании в условиях кризиса?

Как социальные сети влияют на формирование и восприятие имиджа?

Какие этические принципы важны при управлении имиджем?

Текущий контроль проводится в виде: опроса на занятиях, проверочных и самостоятельных работ, промежуточная аттестация - тестирование