

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Садыкова Алёна Григорьевна
Должность: Директор Высшей школы креативных индустрий
Дата подписания: 25.05.2026 11:02:30
Уникальный программный ключ:
d72783635b7f7c872e79a746e849dcb1abc6ab7a

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Директор Высшей школы
креативных индустрий
Садыкова Алена Григорьевна

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ
Управление корпоративными коммуникациями

Направление подготовки	42.03.01 – Рекла- ма и связи с об- щественностью
Направленность (профиль)	«PR в государ- ственных и биз- нес-структурах»
Год начала обу- чения	2026
Форма обуче- ния	оч- ная
Реализуется в семестре	5

Предисловие

1. Назначение фонда оценочных средств по дисциплине **«Управление корпоративными коммуникациями»** – выявление уровня сформированности компетенций по дисциплине.

2. ФОС является приложением к программе дисциплины **«Управление корпоративными коммуникациями»**.

3. Разработчик: Е. А. Заможных, доцент кафедры рекламы и связей с общественностью.

4. Проведена экспертиза ФОС. Члены экспертной группы, проводившие внутреннюю экспертизу:

Председатель: Рубежной А.А., председатель УМК Высшей школы креативных индустрий.

Члены комиссии: Лупандина Н.Д., зам. директора ВШКИ по учебной работе;

Горбачев А.М., директор департамента медиакоммуникаций.

Представитель организации-работодателя: Коршунова Полина Ивановна, главный специалист Службы общественных связей Ставропольского РФ АО «Россельхозбанк».

Экспертное заключение: ФОС соответствует ОП по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Маркетинговые коммуникации в сфере рекламы и связей с общественностью», «PR в государственных и бизнес-структурах», «Рекламные технологии» и рекомендуется для выявления уровня сформированности компетенций по дисциплине.

5. Срок действия ФОС определяется сроком реализации образовательной программы.

1. Описание показателей и критериев оценивания на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Компетенция (ии), индикатор (ы)	Уровни сформированности компетенци(ий),			
	Минимальный уровень не достиг- нут (Неудовлетвори- тельно) 2 балла	Минимальный уро- вень (удовлетворитель- но) 3 балла	Средний уро- вень (хорошо) 4 балла	Высокий уровень (отлично) 5 баллов
ПК-13				
Результаты обу- чения по дисци- плине (модулю): ИД-1 ПК-13 Зна- ет особенности внутренних ком- муникаций и ме- роприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.	Не знает особен- ности внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.	Не в полной мере знает особенности внутренних комму- никаций и меро- приятий по фор- мированию корпо- ративной иден-тич- ности и корпора- тивной культуры.	В достаточной степени знает особенности внутренних коммуни-каций и мероприятий по формирова- нию корпора- тивной иден- тичности и кор- пора-тивной культуры.	На высоком уровне знает особенности внутренних комму- никаций и меро- приятий по фор- мированию корпо- ративной иден-тич- ности и корпора- тивной культуры.
ИД-2 ПК-13 Участвует в ор- ганизации вну- тренних комму- никаций и меро- приятий по фор- мированию кор- поративной идентичности и корпоративной культуры.	Не реализует осо- бенности внутрен- них коммуникаций и мероприятий по фор-мированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.	Не достаточно ре- ализует особенно- сти внутрен-них коммуникаций и мероприятий по фор-мированию корпора-тивной идентичности и кор- поративной культу- ры.	Достаточно пол- но реализует особенности внутрен-них коммуникаций и мероприятий по фор-мирова- нию корпора- тивной идентич- ности и корпо- ративной культуры.	На высоком уровне реализует особен- ности внутрен-них коммуникаций и мероприятий по фор-мированию корпора-тивной идентичности и корпоративной культуры.
ИД-3 ПК-13 Владеет навыка- ми корпоратив- ной культуры.	Не владеет знани- ями об особенно- сти внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.	Не достаточно пол- но владеет знания- ми об особен-ности внутренних комму- никаций и ме-ро- приятий по форми- рованию корпора- тив-ной идентично- сти и корпоратив- ной куль-туры.	Достаточно пол- но владеет зна- ниями об осо- бен-ности вну- тренних комму- никаций и ме- роприятий по форми- рованию корпора- тив-ной идентично- сти и корпоратив- ной куль-туры.	На высоком уровне владеет знаниями об особен-ности внутренних комму- никаций и ме-ро- приятий по форми- рованию корпора- тив-ной идентично- сти и корпоратив- ной куль-туры.
ПК-17				
ИД-1 ПК-17 Знает инструмен-	Не знает техноло- гии и инструменты	Не в полной мере знает технологии и	В достаточной степени знает	На высоком уровне знает технологии и

ты внутренних коммуникаций.	внутренних коммуникаций.	инструменты внутренних коммуникаций.	технологии и инструменты внутренних коммуникаций.	инструменты внутренних коммуникаций.
<i>ИД-2 ПК-17</i> Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций.	Не использует основные инструменты внутренних коммуникаций для формирования корпоративной культуры организации.	Не достаточно использует основные инструменты внутренних коммуникаций для формирования корпоративной культуры организации	Достаточно полно использует основные инструменты внутренних коммуникаций для формирования корпоративной культуры организации	На высоком уровне использует основные инструменты внутренних коммуникаций для формирования корпоративной культуры организации.
<i>ИД-3 ПК-17</i> Владеет навыками формирования корпоративной культуры организации.	Не владеет технологиями формирования корпоративной культуры организации.	Не достаточно полно владеет формированием корпоративной культуры организации.	Достаточно полно владеет формированием корпоративной культуры организации.	На высоком уровне владеет формированием корпоративной культуры организации.
ПК-18				
<i>ИД-1 ПК-18</i> Знает основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта.	Не знает основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта	Не в полной мере знает основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта	В достаточной степени знает основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта	На высоком уровне знает основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта
<i>ИД-2 ПК-18</i> Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта.	Не применяет современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта.	Не достаточно полно применяет современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта.	Достаточно полно применяет современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта.	На высоком уровне применяет современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта.
<i>ИД-3 ПК-18</i> Владеет навыками использова-	Не владеет навыками использования современных	Не достаточно полно владеет навыками использования	Достаточно полно владеет навыками исполь-	На высоком уровне владеет навыками использования

ния современных технических средств и технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов	технических средств и технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов стратегий и комьюнити менеджмента в системе стратегических коммуникаций.	современных технических средств и технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов стратегий и комьюнити менеджмента в системе стратегических коммуникаций.	зования современных технических средств и технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов стратегий и комьюнити менеджмента в системе стратегических коммуникаций.	современных технических средств и технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов стратегий и комьюнити менеджмента в системе стратегических коммуникаций.
---	--	--	--	--

Оценивание уровня сформированности компетенции по дисциплине осуществляется на основе «Положения о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры - в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования «северо-кавказский федеральный университет» в актуальной редакции.

ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕРКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ

Номер задания	Правильный ответ	Содержание вопроса	Компетенция
		Семестр 5	
1.		Коммуникация— это	ПК-13
2.	с)	Выделяют следующие виды коммуникаций а) личные и коллективные; б) временные и постоянные; с) внутренние и внешние; д) механические и автоматические.	ПК-13
3.	а)-б)	Структура коммуникаций состоит из следующих компонентов: Отметьте правильные ответы: а) источник б) сообщение с) обратная связь д) получатель	ПК-13
4.		Организационная коммуникация – это:	ПК-18
5.	е)	Функции коммуникативности в организации а) контроль; б) мотивация; с) нновации; д) эмоциональное выражение; е) передача информации.	ПК-13
6.		Этика — это	ПК-13
7.	с)	Прямое деловое общение характеризуется: а) ответными реакциями собеседников б) общением в пределах видимости с) непосредственным речевым контактом	ПК-13
8.		Во многих случаях, имидж — это	ПК-13

9.	b)	При авторитарном стиле ведения совещания руководитель: а) допускает возражения b) уверенно держит бразды правления с) ищет поддержку среди коллег	ПК-17
10.	c)	Хорошая репутация бизнесмена базируется, в первую очередь, на профессионализме и: а) вежливости b) привлекательном имидже с) деловой обязательности	ПК-13
11.		Цель формального приема в начале переговоров– это	ПК-13
12.	c)	В деловой этике осознание невозможности немедленного преодоления слабости партнера, его недостатков — это проявление принципа: а) сознательности b) постепенности с) терпимости	ПК-13
13.		Позиционирование – это	ПК-18
14.		Для эффективного позиционирования должны выполняться четыре главных условия:	ПК-13
15.		Имидж компании – это	ПК-13
16.		Фирменный стиль – это	ПК-17
17.		Корпоративный кодекс – это	ПК-17
18.		Внутрикорпоративный кодекс – это	ПК-17
19.		Миссия компании – это	ПК-17
20.		Ценности компании – это	ПК-17
21.		Регулирование информационных потоков, как фактор совершенствования коммуникаций в организации, заключается в ...	ПК-18
22.	a)	Причинами формирования эффективной системы коммуникаций в организации являются: а) формирование мотивации персонала на работу в своей организации; b) формирование соответствующего отношения к товару фирмы у потреби-	ПК-17

		телей; с) эффективное продвижение товара на рынок; д) все перечисленное.	
23.	b)	Организационно оформленная совокупность информационных потоков, документов, каналов связи и технических средств, обеспечивающая взаимосвязь между элементами системы управления организации, представляет собой: а) информационную модель; б) информационную систему организации; с) моделирование коммуникативных связей; д) систему информационного обеспечения.	ПК-18
24.	c)	Отметьте действие, наиболее точно характеризующее основные задачи коммуникационного менеджмента. а) принуждать; б) приказывать; с) организовывать; д) заставлять.	ПК-13
25.	c)	Информационные процессы, предназначенные для разработки программы действий, называются: а) регулирование; б) целеполагание; с) планирование; д) преобразование.	ПК-13
26.	a-b	К второму ряду переменных внешней среды организации относятся: а) профессиональные союзы; б) кредиторы, конкуренты; с) поставщики, потребители; д) экологические факторы.	ПК-13
27.	d)	К средствам эффективной коммуникационной политики относятся: а) реализация совместных проектов; б) большие рекламные кампании; с) регулярные встречи с представителями целевых аудиторий; д) все перечисленное.	ПК-13

28.		Информационно-советующие системы позволяют...	ПК-18
29.	d)	Эффективность может быть определена как: a) абсолютный результат; b) отношение результата к преследовавшимся целям; c) отношение затрат к полученным результатам и отношение результата к преследовавшимся целям; d) отношение затрат к полученным результатам.	ПК-13
30.		Что обозначает для организации термин быть «видимой»?	ПК-13
31.		Корпоративная коммуникация– это	ПК-13
32.		Event-менеджмент– это	ПК-13
33.		Influence management – это	ПК-18
34.		Стратегия коммуникаций как важнейший документ для PR-специалиста	ПК-13
35.		KPI– это	ПК-18
36.		Почему репутация – важнейший актив PR-специалиста	ПК-13
37.		Коммуникации бренда – это	ПК-13
38.	b)	10. Коммуникативная сторона общения: a) взаимопонимание участников общения b) обмен информацией между людьми c) организация взаимодействия между людьми	ПК-13
39.	a)	Стратегия мягкого подхода к переговорам состоит в том, чтобы: a) избегать конфронтации b) избегать личных оскорблений c) мягко, но неуклонно отстаивать свою позицию	ПК-13
40.		Рефлексия – это	ПК-13
41.	b)	Сбору сведений по проблеме переговоров способствуют вопросы: a) однополюсные b) информационные c) для ориентации	ПК-13
42.	b)	Деловая этика представляет собой: a) личное поведение человека b) совокупность принципов поведения людей	ПК-13

		с) деловые отношения предпринимателей	
43.	a)	Термин «коммуникация» прежде всего употребляется в смысле: а) специфической формы взаимодействия людей в трудовой деятельности б) хозяйственных сооружений с) транспортной инфраструктуры	ПК-13
44.	b)	Модель, которая трактует эффект воздействия маркетинговых коммуникаций с точки зрения трех фаз отношений потребителя к продукту, называется моделью: а) простого воспроизводства б) «иерархии эффектов» с) реализации	ПК-13
45.	a)	Разрушение коммуникаций Винер назвал: а) энтропией б) антропией с) интропией	ПК-13
46.	a)	Наука, изучающая нормы пространственной организации общения, называется а) проксемикой б) пантомимикой с) физиогномикой д) кинесикой	ПК-13
47.	d)	Общение с целью сделать партнера своим единомышленником называется ... коммуникацией	ПК-13
48.	a)	Одну из сторон общения, представляющую собой обмен информацией, называют а) коммуникативной б) экспрессивной с) интерактивной д) перцептивной	ПК-13
49.		Отсутствие интереса к личности партнера, диалоговая форма коммуникации, отсутствие стремления к дальнейшему сотрудничеству — все это признаки уровня... коммуникации	ПК-13
50.		Формирование корпоративной принадлежности, единения с группой — это предполагаемый результат ... коммуникации	ПК-17
51.		Точность – это коммуникативное качество, предполагающее	ПК-13

52.		Личный состав организации, работающий по найму - это	ПК-17
53.		Совокупность элементов, взаимосвязанных между собой таким образом, что возникает определенная целостность, единство – это	ПК-18
54.	a-b-e	Культуру межличностных отношений (коммуникаций) в трудовом коллективе определяют a) наличие чувства коллективизма, взаимопомощи b) наличие и разделение всеми работниками ценностей и убеждений компании c) ритмичность и планомерность работы предприятия d) качество оборудования и инструментов e) социально-психологический климат	ПК-17
55.		Методы, характеризующиеся вовлечением работников в принятие решений, - это методы a) формально-логические b) диверсифицированные c) партисипативные d) диалектические	ПК-13
56.		Свойство системы, состоящее в том, что поведение системы обусловлено не столько свойствами ее элементов, сколько тем, как элементы расположены и взаимодействуют в системе – это	ПК-18
57.		При скачкообразных (революционных) изменениях технологии производства в проектных и опытных организациях применяется ступень противоречия...	ПК-18
58.		Расположите по порядку основные шаги управления по целям a) Определение задач каждого подразделения b) Определение задач каждого работника c) Формулировка долгосрочных целей и стратегических планов d) Формулировка конкретных задач всей организации	ПК-18
59.		Культура управления – это	ПК-13
60.		Понятие корпоративной коммуникации: особенности, структура, виды	ПК-18
61.		Коммуникация как функция управления организацией– это	ПК-18

62.		Разновидности коммуникаций в организации– это	
63.		Средства корпоративных коммуникаций – это	ПК-18
64.		Взаимное общение работников, совместный поиск, контроль и координирование, поддержание деловых контактов, стимулирование — это _____ деловой беседы.	ПК-13
65.		К решениям руководителя управленческая этика предъявляет основное требование — их _____	ПК-13
66.		Профессиональная этика отражает особенности нравственного сознания, взаимоотношений и поведения людей, обусловленные:	ПК-13
67.		Уровень общения, при котором осуществляется процесс непосредственного общения руководителя и подчиненного, называется:	ПК-13
68.		Кодекс корпоративной этики описывает...	ПК-13
69.		Для всестороннего анализа конкретного аспекта деятельности организации, который вызывает беспокойство и может повлиять на имидж и перспективы организации, назначается:	ПК-13
70.		Управленческое общение предполагает...	ПК-13
71.		Корпоративные коммуникации – это	ПК-13
72.		Виды корпоративной PR-деятельности:	ПК-13
73.		Управление коммуникационными процессами в организации — это:	ПК-18
74.		Коммуникативное пространство — это:	ПК-13
75.		Реализация стратегии общения в конкретной ситуации — это:	ПК-13
76.		Деловая этика представляет собой ...	ПК-13
77.		Многоплановый процесс установления и развития контактов между людьми — это процесс ...	ПК-13
78.		Успешность работы фирмы зависит от _____ руководителя	ПК-13
79.		Основные нравственные требования к управленческой деятельности и личности руководителя сформулированы в	ПК-13
80.		Стиль руководства представляет собой совокупность....	ПК-13

2. Описание шкалы оценивания

В рамках рейтинговой системы успеваемость студентов по каждой дисциплине оценивается в ходе текущего контроля и промежуточной аттестации. Рейтинговая система оценки знаний студентов основана на использовании совокупности контрольных мероприятий по проверке пройденного материала (контрольных точек), оптимально расположенных на всем временном интервале изучения дисциплины. Принципы рейтинговой системы оценки знаний студентов основываются на положениях, описанных в Положении об организации образовательного процесса на основе рейтинговой системы оценки знаний студентов в ФГАОУ ВО «СКФУ».

3. Критерии оценивания компетенций

Оценка «отлично» выставляется студенту, если он на высоком уровне способен обеспечить выполнение проекта в соответствии с установленными целями, сроками и затратами, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений, в том числе с использованием цифровых инструментов.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он способен обеспечить выполнение проекта в соответствии с установленными целями, сроками и затратами, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений, в том числе с использованием цифровых инструментов.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он частично способен обеспечить выполнение проекта в соответствии с установленными целями, сроками и затратами, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений, в том числе с использованием цифровых инструментов.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он не способен обеспечить выполнение проекта в соответствии с установленными целями, сроками и затратами, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений, в том числе с использованием цифровых инструментов.

Оценка «зачтено» выставляется студенту, если выставляется студенту, если изучаемый материал освоен полностью, без пробелов; исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно излагает материал; свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний; использует в ответе дополнительный материал все предусмотренные программой задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному; анализирует полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий.

Оценка «не зачтено» выставляется студенту, если выставляется студенту, если он допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы, необходимые практические компетенции не сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий не выполнено, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к минимальному.