





МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)  
Костанайский филиал  
Кафедра экономики

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)  
«Организация рекламной деятельности предприятия»  
по основной профессиональной образовательной программе высшего образования –  
программе бакалавриата «Управление бизнесом» по направлению подготовки  
38.03.02 Менеджмент

Версия документа - 1

стр. 2 из 12

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

### **Фонд оценочных средств принят**

Учёным советом Костанайского филиала ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Протокол заседания № 10, от «25» мая 2023 г.

Председатель учёного совета  
филиала

Р.А. Тюлегенова

Секретарь учёного совета филиала

Н.А. Кравченко

### **Фонд оценочных средств рекомендован**

Учебно-методическим советом Костанайского филиала ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Протокол заседания № 10, от «18» мая 2023 г.

Председатель  
Учебно-методического совета

Н.А. Нализко

### **Фонд оценочных средств разработан и рекомендован кафедрой экономики**

Протокол заседания № 9, от «10» мая 2023 г.

Заведующий кафедрой

Г.В. Панина

Автор (составитель)  Лилимберг С.И., профессор кафедры экономики, кандидат экономических наук, доцент



МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)  
Костанайский филиал  
Кафедра экономики

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)  
«Организация рекламной деятельности предприятия»  
по основной профессиональной образовательной программе высшего образования –  
программе бакалавриата «Управление бизнесом» по направлению подготовки  
38.03.02 Менеджмент

Версия документа - 1

стр. 3 из 12

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

## 1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Направление подготовки: 38.03.02 Менеджмент  
Направленность (профиль): Управление бизнесом  
Дисциплина: Организация рекламной деятельности  
предприятия  
Семестр (семестры) изучения: 4  
Форма (формы) промежуточной аттестации: экзамен  
Оценивание результатов учебной деятельности обучающихся при изучении дисциплины  
осуществляется по балльно-рейтинговой системе.

## 2. ПЕРЕЧЕНЬ ФОРМИРУЕМЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ

Изучение дисциплины «Организация рекламной деятельности предприятия»  
направлено на формирование следующих компетенций:

Коды компетенции и по ФГОС	Содержание компетенций согласно ФГОС	Индикаторы достижения компетенции согласно ОПОП	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине	
1	2	3	4	
ПК-3	Способен разрабатывать управленческие решения, связанные с развитием бизнеса, и содействовать их реализации	ПК-3.1 Разрабатывает и содействует реализации решений в управлении функциональным и сферами деятельности организации для достижения согласованности развития бизнеса	<i>Пороговый уровень</i>	<i>Знать:</i> основные этапы и особенности разработки и реализации управленческих решений в каждой функциональной подсистеме организации.
				<i>Уметь:</i> анализировать взаимосвязи между функциональными сферами деятельности организации для подготовки согласованных управленческих решений.
			<i>Продвинутый уровень</i>	<i>Владеть:</i> базовыми навыками принятия управленческих решений в функциональных сферах деятельности организации.
				<i>Знать:</i> содержание этапов и основные факторы, влияющие на процесс разработки и реализации управленческих решений в функциональных сферах деятельности организации. <i>Уметь:</i> находить и определять степень влияния факторов на подготовку и реализацию управленческих решений в функциональных подсистемах организации. <i>Владеть:</i> навыками принятия и



МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)  
Костанайский филиал  
Кафедра экономики

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)  
«Организация рекламной деятельности предприятия»  
по основной профессиональной образовательной программе высшего образования –  
программе бакалавриата «Управление бизнесом» по направлению подготовки  
38.03.02 Менеджмент

Версия документа - 1

стр. 4 из 12

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

				содействия реализации обоснованных управленческих решений в функциональных сферах деятельности организации.
			<i>Высокий уровень</i>	<i>Знать:</i> особенности и технологию разработки стратегических и оперативных управленческих решений в функциональных сферах деятельности организации. <i>Уметь:</i> вносить предложения для решения стратегических и оперативных управленческих задач в различных сферах деятельности организации для достижения согласованности развития бизнеса. <i>Владеть:</i> методами принятия стратегических и оперативных решений в управлении функциональными сферами деятельности организации.
		ПК-3.2 Осуществляет деловые коммуникации для достижения целей современного бизнеса	<i>Пороговый уровень</i>	<i>Знать:</i> основные теории коммуникации, концептуальные, теоретические подходы к исследованию содержания закономерностей развития процессов коммуникации. <i>Уметь:</i> строить деловое коммуникативное взаимодействие с коллегами и партнерами. <i>Владеть:</i> навыками использования технологий делового взаимодействия в управленческой практике для достижения целей бизнеса.
			<i>Продвинутый уровень</i>	<i>Знать:</i> формы и виды деловых коммуникаций и возможности их применения в бизнесе. <i>Уметь:</i> планировать и осуществлять деловые коммуникации в различных формах и для различных целей современного бизнеса. <i>Владеть:</i> навыками осуществления делового общения, публичных выступлений, ведения переговоров, совещания, осуществления деловой переписки и поддержания электронных коммуникаций.
			<i>Высокий уровень</i>	<i>Знать:</i> стратегии, принципы и методы организации и деловых коммуникаций в бизнесе. <i>Уметь:</i> анализировать коммуникационные процессы в организации и



МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)  
Костанайский филиал  
Кафедра экономики

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)  
«Организация рекламной деятельности предприятия»  
по основной профессиональной образовательной программе высшего образования –  
программе бакалавриата «Управление бизнесом» по направлению подготовки  
38.03.02 Менеджмент

Версия документа - 1

стр. 5 из 12

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

				разрабатывать предложения по повышению их эффективности для достижения целей современного бизнеса. <i>Владеть:</i> навыками выбора стратегии деловой коммуникации, профессиональными приемами и навыками убеждения и активного слушания для достижения поставленных целей бизнеса, в том числе с использованием современных средств коммуникации.
--	--	--	--	--

### 3. СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Промежуточная аттестация проводится с целью определения степени достижения запланированных результатов обучения по дисциплине за определенный период обучения (семестр) в форме подведения итогов балльно-рейтинговой системы оценивания и экзамена.



МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)  
Костанайский филиал  
Кафедра экономики

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)  
«Организация рекламной деятельности предприятия»  
по основной профессиональной образовательной программе высшего образования –  
программе бакалавриата «Управление бизнесом» по направлению подготовки  
38.03.02 Менеджмент

Версия документа - 1

стр. 6 из 12

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

### 3.1 Виды оценочных средств

№ п/п	Код компетенции/ планируемые результаты обучения	Контролируемые темы/разделы	Наименование оценочного средства для текущего и рубежного контроля*	Наименование оценочного средства для промежуточной аттестации
1.	ПК-3.1 ПК-3.2	Сущность и задачи рекламной деятельности предприятия	Устный индивидуальный и групповой опрос, упражнения Комплексная письменная работа	Комплексная письменная работа: - тесты; - практические задания.
2.	ПК-3.1 ПК-3.2	Виды и формы рекламы	Устный индивидуальный и фронтальный опрос, ситуационная задача, активный семинар (тестирование) в алых в группах Комплексная письменная работа	Комплексная письменная работа: - тесты; - практические задания.
3.	ПК-3.1 ПК-3.2	Социально-психологические аспекты рекламы	Устный индивидуальный и групповой опрос, защита работы, выполненной в группах Комплексная письменная работа	Комплексная письменная работа: - тесты; - практические задания.
4.	ПК-3.1 ПК-3.2	Рекламные средства и их применение	Устный индивидуальный и фронтальный опрос, активный семинар (тестирование) в малых группах, ситуационная задача Комплексная письменная работа	Комплексная письменная работа: - тесты; - практические задания.
5.	ПК-3.1 ПК-3.2	Реклама в интернете	Устный фронтальный опрос, выполнение упражнений, ситуационная задача Комплексная письменная работа	Комплексная письменная работа: - тесты; - практические задания.
6.	ПК-3.1 ПК-3.2	Организация паблик рилейшнз на предприятии	Устный групповой и индивидуальный опрос, ситуационная задача Комплексная письменная работа	Комплексная письменная работа: - тесты; - практические задания.
7.	ПК-3.1 ПК-3.2	Организация и управление рекламной деятельностью на рынке товаров, работ и услуг	Устный комбинированный опрос, активный семинар (тестирование) в малых группах, выполнение упражнений Комплексная письменная работа	Комплексная письменная работа: - тесты; - практические задания.
8.	ПК-3.1 ПК-3.2	Эффективность рекламной деятельности	Устный комбинированный опрос, активный семинар (тестирование) в малых группах, выполнение упражнений Комплексная письменная работа	Комплексная письменная работа: - тесты; - практические задания.

Полные комплекты оценочных средств и контрольно-измерительных материалов хранятся на кафедре.

\* - рубежный контроль предусмотрен только для студентов очного обучения.



МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)  
Костанайский филиал  
Кафедра экономики

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)  
«Организация рекламной деятельности предприятия»  
по основной профессиональной образовательной программе высшего образования –  
программе бакалавриата «Управление бизнесом» по направлению подготовки  
38.03.02 Менеджмент

Версия документа - 1

стр. 7 из 12

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

### 3.2 Содержание оценочных средств

Используемые оценочные средства: комплексная письменная работа (тесты, практические задания).

#### 3.2.1 Типовые тестовые задания

№ п/п	Формулировка вопроса	Варианты ответов
1	Реклама, нарушающая общепринятые нормы гуманности и морали; порочащая объекты искусства, государственные символы, физическое или юридическое лицо, какую-либо деятельность, профессию, товар, - это реклама:	А) Недостоверная. В) Недобросовестная. <b>С) Неэтичная.</b> D) Заведомо ложная. E) Оскорбительная.
2	Функциональное подразделение рекламной организации, которое обеспечивает управленческую деятельность, включая работу с кадрами, делопроизводство, бухгалтерию, юридическую службу, компьютерное и техническое обеспечение, хозяйственную службу, - это служба:	А) Творческая. В) Маркетинга и исследований. <b>С) Административная.</b> D) Исполнения заказов. E) Производственная.
3	Элементы фирменного стиля, объединенные в единую композицию, разрабатываемые для наиболее часто употребляемого сочетания нескольких элементов фирменного стиля, - это:	<b>А) Фирменный блок.</b> В) Слоган. С) Логотип. D) Девиз. E) Заголовок
4	Юридическое или физическое лицо, осуществляющее полное или частичное приведение рекламной информации к готовой для распространения форме, - это:	<b>А) Рекламопроизводитель.</b> В) Рекламораспространитель. С) Рекламополучатель. D) Рекламораспространитель. E) Рекламодатель.
5	Как вы считаете, какое средство рекламы при высокой избирательности характеризуется низкой частотой повторения, ограниченной шириной охвата и отторжением частью населения:	<b>А) Адресная почта.</b> В) Журнал. С) Газета. D) Наружная реклама. E) Подарочные изделия.
6	Канал информации, по которому рекламное сообщение доходит до потребителя - это:	А) Рынок. В) Рекламное агентство. С) Рекламодатель. <b>D) Средство распространения рекламы.</b> E) Таргетинг.
7	Средство печатной рекламы небольшого формата с текстом и/или иллюстрациями - это:	<b>А) Листовка.</b> В) Плакат. С) Буклет. D) Брошюра. E) Пресс-релиз.
8	Что необходимо сделать, прежде чем выбрать тот или иной вид рекламы:	А) Изучить целевую аудиторию. В) Составить рекламный бюджет. С) Разработать программу коммуникаций. <b>D) Определить цель рекламного мероприятия.</b> E) Изучить рынок.
9	Реклама, используемая на последних этапах	А) Ознакомительная.



МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)  
Костанайский филиал  
Кафедра экономики

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)  
«Организация рекламной деятельности предприятия»  
по основной профессиональной образовательной программе высшего образования –  
программе бакалавриата «Управление бизнесом» по направлению подготовки  
38.03.02 Менеджмент

Версия документа - 1

стр. 8 из 12

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

	жизненного цикла товара, разновидность рекламной кампании известной товарной марки (фирмы), уже завоевавшей признание и предпочтение у основной массы потенциальных потребителей, - это реклама:	В) Агитационная. С) Сопоставляющая. <b>Д) Напоминающая.</b> Е) Подкрепляющая.
10	Как вы считаете, какое средство является наиболее эффективным преимущественно для рекламы потребительских товаров:	А) Адресная почта. В) Журнал. С) Газета. <b>Д) Наружная реклама.</b> Е) Подарочные изделия.

### 3.2.2 Типовые практические задания

#### Задание 1.

Объясните, какой вид призыва наиболее эффективно использовать при рекламировании следующих товаров или услуг:

- бумажные салфетки;
- выбор депутата государственной думы;
- хлеб;
- антитабачная программа;
- программа защиты вымирающих животных.

Какой вид рекламы вы выберете для этих товаров или услуг?

Создайте рекламный призыв для каждого товара или услуги?

#### Задание 2.

Крупная фирма, производящая кофе рассматривает возможность выхода своих марок кофе на рынки южных стран.

Маркетинговые исследования показали, что значительная часть населения этих стран сосредоточена в крупных перенасыщенных транспортом городах и испытывает постоянные стрессы. Температура воздуха в южных странах достигает до 40 градусов жары.

Принимая во внимание полученную информацию, попробуйте определить, насколько целесообразно использование в этих странах рекламы, в которой подчеркивается вкус кофе, его аромат и свойства, стимулирующие жизненную активность людей?

Предложите другие способы рекламы и создайте необходимое рекламное обращение?

#### Задание 3.

В городе открылся новый магазин «А» по продаже обуви для пожилых людей, где они могут купить качественную и удобную обувь по средней цене. Магазин стал сразу пользоваться популярностью у покупателей. Рекламный слоган магазина «Самая удобная обувь и только для Вас».

Но недавно открылся аналогичный, конкурирующий магазин «Б» с рекламным слоганом «Дешево и удобно и только у нас». В связи с этим в магазине «А» резко упали продажи обуви.

Какую рекламную стратегию лучше выбрать магазину «А» и почему?

Создайте эффективную систему массовой коммуникации для магазина «А»?





МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)  
Костанайский филиал  
Кафедра экономики

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)  
«Организация рекламной деятельности предприятия»  
по основной профессиональной образовательной программе высшего образования –  
программе бакалавриата «Управление бизнесом» по направлению подготовки  
38.03.02 Менеджмент

Версия документа - 1

стр. 9 из 12

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

## 4. ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

### 4.1 Порядок проведения промежуточной аттестации

Экзамен проводится в 2 этапа. На первом этапе студент решает тесты. Продолжительность – 40 минут. На втором этапе студент решает практические задания: демонстрирует способность разрабатывать управленческие решения, связанные с развитием бизнеса, и содействовать их реализации. Продолжительность – 50 минут.

### 4.2 Критерии оценивания промежуточной аттестации по видам оценочных средств

#### 4.2.1 Критерии оценивания тестов

Максимальный балл за ответ на тесты – 10 баллов.

Отлично/ 9-10 баллов	Хорошо/ 7-8 баллов	Удовлетворительно/ 5-6 баллов	Неудовлетворительно/ 0-4 баллов
Высокий уровень освоения проверяемых компетенций	Продвинутый уровень освоения проверяемых компетенций	Пороговый уровень освоения проверяемых компетенций	Недостаточный уровень освоения проверяемых компетенций
Демонстрируются: глубокое и прочное усвоение программного материала, свободное владение материалом, правильное применение терминологии, способность разрабатывать управленческие решения, связанные с развитием бизнеса, и содействовать их реализации.	Демонстрируются: знание программного материала, правильное применение теоретических знаний, владение необходимыми терминами, способность разрабатывать управленческие решения, связанные с развитием бизнеса, и содействовать их реализации.	Демонстрируются: усвоение основного материала, при ответе допускаются неточности, имеются затруднения в использовании терминологии, недостаточно сформирована способность разрабатывать управленческие решения, связанные с развитием бизнеса, и содействовать их реализации.	Демонстрируются: незнание программного материала, при ответе возникают ошибки, затруднения при использовании терминологии, не сформирована способность разрабатывать управленческие решения, связанные с развитием бизнеса, и содействовать их реализации.

#### 4.2.2 Критерии оценивания практических заданий

Максимальный балл за выполнение практических заданий – 30 баллов.

Отлично/ 9-10 баллов	Хорошо/ 7-8 баллов	Удовлетворительно/ 5-6 баллов	Неудовлетворительно/ 0-4 баллов
Высокий уровень освоения проверяемых компетенций	Продвинутый уровень освоения проверяемых компетенций	Пороговый уровень освоения проверяемых компетенций	Недостаточный уровень освоения проверяемых компетенций
Студент имеет глубокие знания учебного материала по теме практической	Студент показал знание учебного материала, усвоил основную литературу, смог	Студент в целом освоил материал практической работы, ответил не на все	Студент имеет существенные пробелы в знаниях основного



МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)  
Костанайский филиал  
Кафедра экономики

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)  
«Организация рекламной деятельности предприятия»  
по основной профессиональной образовательной программе высшего образования –  
программе бакалавриата «Управление бизнесом» по направлению подготовки  
38.03.02 Менеджмент

Версия документа - 1

стр. 10 из 12

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

работы, показывает усвоение взаимосвязи основных понятий используемых в работе, смог ответить на все уточняющие и дополнительные вопросы. Студент демонстрирует знания теоретического и практического материала по теме практической работы, определяет взаимосвязи между показателями задачи, даёт правильный алгоритм решения, определяет междисциплинарные связи по условию задания, демонстрирует способность разрабатывать управленческие решения, связанные с развитием бизнеса, и содействовать их реализации.

ответить почти полно на все заданные дополнительные и уточняющие вопросы. Студент демонстрирует знания теоретического и практического материала по теме практической работы, допуская незначительные неточности при решении задач, имея неполное понимание междисциплинарных связей при правильном выборе алгоритма решения задания, демонстрирует способность разрабатывать управленческие решения, связанные с развитием бизнеса, и содействовать их реализации.

уточняющие и дополнительные вопросы. Студент затрудняется с правильной оценкой предложенной задачи, даёт неполный ответ, требующий наводящих вопросов преподавателя, выбор алгоритма решения задачи возможен при наводящих вопросах преподавателя, демонстрирует недостаточную способность разрабатывать управленческие решения, связанные с развитием бизнеса, и содействовать их реализации.

учебного материала практической работы, который полностью не раскрыл содержание вопросов, не смог ответить на уточняющие и дополнительные вопросы. Студент даёт неверную оценку ситуации, неправильно выбирает алгоритм действий, не сформирована способность разрабатывать управленческие решения, связанные с развитием бизнеса, и содействовать их реализации.

#### 4.3 Результаты промежуточной аттестации и уровни сформированности компетенций

При подведении итогов учитываются результаты текущего контроля (для студентов очной и заочной формы обучения) и рубежного контроля (для студентов очной формы обучения), полученные баллы суммируются с баллами за каждый этап при прохождении промежуточной аттестации.

Критерии выведения итоговой оценки за компоненты компетенций при проведении промежуточной аттестации в виде экзамена:

оценки «отлично» (А, А-; 4.0 – 3.67; 90 – 100%) заслуживает студент, обнаруживший всестороннее, систематическое и глубокое знание программного материала, умение свободно выполнять задания, предусмотренные программой, усвоивший основную и знакомый с дополнительной литературой, рекомендованной программой. Оценка «отлично» выставляется студентам, усвоившим взаимосвязь основных понятий дисциплины в их значении для будущей профессиональной деятельности, проявившим творческие способности в понимании, изложении и использовании учебного материала;

оценки «хорошо» (В+, В, В-; 3.33 – 2.67; 75 – 89%) заслуживает студент, обнаруживший полное знание программного материала, успешно выполняющий предусмотренные в программе задания, усвоивший основную литературу, рекомендованную в программе. Оценка «хорошо» выставляется студентам, показавшим систематический характер знаний по дисциплине и способным к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности;



МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)  
Костанайский филиал  
Кафедра экономики

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)  
«Организация рекламной деятельности предприятия»  
по основной профессиональной образовательной программе высшего образования –  
программе бакалавриата «Управление бизнесом» по направлению подготовки  
38.03.02 Менеджмент

Версия документа - 1

стр. 11 из 12

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

оценки «удовлетворительно» (С+, С, С-, D+, D; 2.33 – 1.0; 50 – 74%) заслуживает студент, обнаруживший знание основного программного материала в объёме, необходимом для дальнейшей учёбы и предстоящей профессиональной деятельности, справляющийся с выполнением заданий, предусмотренных программой, знакомый с основной литературой, рекомендованной программой. «Удовлетворительно» выставляется студентам, допустившим погрешности непринципиального характера в ответе на экзамене и при выполнении экзаменационных заданий;

«неудовлетворительно» (F; 0; 0 – 49%) выставляется студенту, обнаружившему пробелы в знаниях основного программного материала, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение или приступить к профессиональной деятельности по окончании вуза без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

Особенности проведения процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья обозначены в рабочей программе дисциплины (модуля).

Уровни сформированности компетенций определяются следующим образом.

1. Высокий уровень сформированности компетенций предполагает, что студент:

- знает особенности и технологию разработки стратегических и оперативных управленческих решений в функциональных сферах деятельности организации; стратегии, принципы и методы организации и деловых коммуникаций в бизнесе;

- умеет вносить предложения для решения стратегических и оперативных управленческих задач в различных сферах деятельности организации для достижения согласованности развития бизнеса; анализировать коммуникационные процессы в организации и разрабатывать предложения по повышению их эффективности для достижения целей современного бизнеса;


- владеет методами принятия стратегических и оперативных решений в управлении функциональными сферами деятельности организации; навыками выбора стратегии деловой коммуникации, профессиональными приемами и навыками убеждения и активного слушания для достижения поставленных целей бизнеса, в том числе с использованием современных средств коммуникации.

2. Продвинутый уровень предполагает, что студент:

- знает содержание этапов и основные факторы, влияющие на процесс разработки и реализации управленческих решений в функциональных сферах деятельности организации; формы и виды деловых коммуникаций и возможности их применения в бизнесе;

- умеет находить и определять степень влияния факторов на подготовку и реализацию управленческих решений в функциональных подсистемах организации; планировать и осуществлять деловые коммуникации в различных формах и для различных целей современного бизнеса;

- владеет навыками принятия и содействия реализации обоснованных управленческих решений в функциональных сферах деятельности организации; навыками осуществления делового общения, публичных выступлений, ведения переговоров,

	МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Костанайский филиал Кафедра экономики		
	Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Организация рекламной деятельности предприятия» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Управление бизнесом» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент		
Версия документа - 1	стр. 12 из 12	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

совещания, осуществления деловой переписки и поддержания электронных коммуникаций.

### 3. Пороговый уровень предполагает, что студент:

- знает основные этапы и особенности разработки и реализации управленческих решений в каждой функциональной подсистеме организации; основные теории коммуникации, концептуальные, теоретические подходы к исследованию содержания закономерностей развития процессов коммуникации;

- умеет анализировать взаимосвязи между функциональными сферами деятельности организации для подготовки согласованных управленческих решений; строить деловое коммуникативное взаимодействие с коллегами и партнерами;

- владеет базовыми навыками принятия управленческих решений в функциональных сферах деятельности организации; навыками использования технологий делового взаимодействия в управленческой практике для достижения целей бизнеса.

### 4. Недостаточный уровень соответствует оценке «неудовлетворительно».