





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 «Менеджмент организации» по направлению подготовки  
38.03.02 Менеджмент

Версия документа - 1

стр. 2 из 11

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 «Менеджмент организации» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент

Версия документа - 1

стр. 3 из 11

Экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

## 1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Направление подготовки: 38.03.02 «Менеджмент»  
 Направленность (профиль): Менеджмент организации  
 Дисциплина: Организация рекламной деятельности предприятия  
 Триместр (триместры) изучения: 7  
 Форма (формы) рубежного контроля: комплексная письменная работа  
 Оценивание результатов учебной деятельности обучающихся при изучении дисциплины осуществляется по балльно-рейтинговой системе

## 2. ПЕРЕЧЕНЬ ФОРМИРУЕМЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ

### 2.1. Компетенции, закреплённые за дисциплиной

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

Коды компетенции 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 функциональными 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>Владеть:</i> базовыми навыками принятия управленческих решений в функциональных сферах деятельности организации.
			<i>Продвинутый уровень</i>	<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 «Менеджмент организации» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент

Версия документа - 1

стр. 4 из 11

Экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

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



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 «Менеджмент организации» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент

Версия документа - 1

стр. 5 из 11

Экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

				<p>организации и разрабатывать предложения по повышению их эффективности для достижения целей современного бизнеса.</p> <p><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.</p>
--	--	--	--	---

### 3. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ РУБЕЖНОГО КОНТРОЛЯ

Рубежный контроль проводится с целью определения степени сформированности отдельных компетенций обучающихся по завершению освоения очередного раздела курса.

#### 3.1 Виды оценочных средств

№ п/п	Код компетенции/ планируемые результаты обучения	Контролируемые темы/разделы	Наименование оценочного средства для текущего контроля	Наименование оценочного средства для рубежного контроля
1.	ПК-3.1 ПК-3.2	Сущность и задачи рекламной деятельности предприятия	Устный индивидуальный и групповой опрос, упражнения	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 алах в группах	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: - 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: - тесты; - практические задания.
5.	ПК-3.1 ПК-3.2	Реклама в интернете	Устный фронтальный опрос, выполнение упражнений, ситуационная задача	Комплексная письменная работа: - тесты; - практические задания.
6.	ПК-3.1	Организация публичных рилейшнз	Устный групповой и	Комплексная



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 «Менеджмент организации» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент

Версия документа - 1

стр. 6 из 11

Экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

	ПК-3.2	на предприятии	индивидуальный опрос, ситуационная задача	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: - 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: - тесты; - практические задания.

### 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	Что необходимо сделать, прежде чем выбрать тот или иной вид рекламы:	А) Изучить целевую аудиторию. В) Составить рекламный бюджет. С) Разработать программу коммуникаций. <b>Д) Определить цель рекламного мероприятия.</b> Е) Изучить рынок.
2	Каким свойством характеризуется реклама, осуществляемая от имени правительства:	А) Носит в основном коммерческий характер. В) Носит некоммерческий характер и способствует утверждению социально значимых принципов и достижению определенных целей в сфере общественной жизни. С) Используется как инструмент пропаганды определенных политических идей, партий, деятелей и т.п. Д) Осуществляется в целях привлечения внимания к общегосударственным проблемам. <b>Е) Осуществляется в целях популяризации определенных общегосударственных программ.</b>
3	В том, что ежедневное воздействие рекламы на потенциальных покупателей способствует формированию определенных стандартов мышления и поведения различных слоев населения, проявляется функция рекламы:	А) Социальная. В) Образовательная. С) Экономическая. Д) Эстетическая. Е) Психологическая.
4	Одно из средств рекламы в прессе, периодическое многостраничное издание, отличающееся высоким полиграфическим уровнем воспроизведения, - это:	А) Ежедневник. В) Брошюра. С) Блокнот. Д) Газета. <b>Е) Журнал.</b>
5	Рекламный слоган – это:	<b>А) Краткая, броская, легко запоминающаяся фраза, выражающая в концентрированном виде</b>



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 «Менеджмент организации» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент

Версия документа - 1

стр. 7 из 11

Экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

		<b>суть рекламного сообщения, вызывающая интерес и позволяющая идентифицировать товар или фирму.</b> В) Сочетание стихотворной формы рекламного обращения и музыкального сопровождения. С) Краткая фраза, несколько раз повторяющаяся в ходе рекламного сообщения. D) Краткая, броская, легко запоминающаяся фраза, выражающая в концентрированном виде суть товарной концепции. E) Одна из фаз движения рекламной информации.
6	Канал информации, по которому рекламное сообщение доходит до потребителя - это:	A) Рынок. B) Рекламное агентство. C) Рекламодатель. <b>D) Средство распространения рекламы.</b> E) Таргетинг.
7	Средство печатной рекламы небольшого формата с текстом и/или иллюстрациями - это:	<b>A) Листовка.</b> B) Плакат. C) Буклет. D) Брошюра. E) Пресс-релиз.
8	Рекламный процесс представляет собой:	A) Процесс создания рекламной продукции. B) Комплекс рекламных мероприятий, направленных на какой-либо сегмент рынка. <b>C) Совокупность фаз движения рекламной информации от рекламодателя к рекламополучателю.</b> D) Совокупность фаз производства, распределения, обмена и потребления товаров. E) Процесс потребления рекламной информации.
9	Реклама, используемая на последних этапах жизненного цикла товара, разновидность рекламной кампании известной товарной марки (фирмы), уже завоевавшей признание и предпочтение у основной массы потенциальных потребителей, - это реклама:	A) Ознакомительная. B) Агитационная. C) Сопоставляющая. <b>D) Напоминающая.</b> E) Подкрепляющая.
10	Как вы считаете, какое средство является наиболее эффективным преимущественно для рекламы потребительских товаров:	A) Адресная почта. B) Журнал. C) Газета. <b>D) Наружная реклама.</b> E) Подарочные изделия.

### 3.2.2 Типовые практические задания

#### Задание 1

Компании «Кока-Кола», «Макдоналдс» стали уже давно культурными символами США.

Назовите по две торговые марки ставшие культурными символами следующих стран:

- Япония;
- Россия;
- Италия;



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 «Менеджмент организации» по направлению подготовки  
38.03.02 Менеджмент

Версия документа - 1

стр. 8 из 11

Экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

- Колумбия;
- Германия;
- Франция;
- Ирландия;
- Мексика;
- Швейцария;
- Австралия;
- Страны ближнего востока.

#### Задание 2

Проанализируйте различные события и явления, которыми могут воспользоваться для рекламной пропаганда своих услуг следующие работники:

- садовники;
- юристы;
- бухгалтера;
- организаторы массовых мероприятий;
- повара;
- учителя.

#### Задание 3.

Согласно результатам классического рекламного исследования, «волшебными словами» любого рекламного материала являются:

- новый;
- сегодня;
- уникальный;
- наконец-то;
- бесплатно;
- удивительный;
- прорыв;
- быстрый;
- распродажа;
- простой;
- особый;
- впервые.

Разработайте по два синонима к каждому «волшебному слово»?



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 «Менеджмент организации» по направлению подготовки  
38.03.02 Менеджмент

Версия документа - 1

стр. 9 из 11

Экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

## 4. ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ РУБЕЖНОГО КОНТРОЛЯ

### 4.1. Порядок проведения рубежного контроля

Рубежный контроль проводится в 2 этапа. На первом этапе студент решает тесты. На втором этапе студент решает практические задания: демонстрирует способность разрабатывать управленческие решения, связанные с развитием бизнеса, и содействовать их реализации.

### 4.2. Критерии оценивания рубежного контроля 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 практического задания

Максимальный балл за выполнение практических заданий – 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
Студент имеет глубокие знания учебного материала по теме практической работы, показывает усвоение взаимосвязи основных понятий используемых в работе,	Студент показал знание учебного материала, усвоил основную литературу, смог ответить почти полно на все заданные дополнительные и уточняющие вопросы.	Студент в целом освоил материал практической работы, ответил не на все уточняющие и дополнительные вопросы. Студент затрудняется с правильной оценкой	Студент имеет существенные пробелы в знаниях основного учебного материала практической работы, который полностью не раскрыл содержание вопросов, не смог ответить на уточняющие 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 «Менеджмент организации» по направлению подготовки  
38.03.02 Менеджмент

Версия документа - 1

стр. 10 из 11

Экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

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.	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.	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.	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 рубежного контроля и уровни сформированности компетенций

При подведении итогов учитываются результаты текущего контроля. Полученные за текущий контроль баллы суммируются с баллами, полученными за каждый этап при прохождении рубежного контроля.

Критерии оценивания уровня освоения дисциплинарных компетенций на рубежном контроле:

«отлично» (А, А-; 4.0 – 3.67; 90 – 100%) – студент полностью выполнил задание, показал отличные знания и умения в рамках усвоенного учебного материала, работа оформлена аккуратно и в соответствии с предъявляемыми требованиями.

«хорошо» (В+, В, В-; 3.33 – 2.67; 75 – 89%) – студент полностью выполнил задание, показал хорошие знания и умения, но не смог обосновать оптимальность предложенного решения, есть недостатки в оформлении работы.

«удовлетворительно» (С+, С, С-, D+, D; 2.33 – 1.0; 50 – 74%) – студент полностью выполнил задание, но допустил существенные неточности, не проявил умения правильно интерпретировать полученные результаты, качество оформления работы имеет недостаточный уровень.

«неудовлетворительно» (F; 0; 0 – 49%) – студент не полностью выполнил задание, при этом проявил недостаточный уровень знаний и умений, а также не способен пояснить полученный результат.

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:



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 «Менеджмент организации» по направлению подготовки  
38.03.02 Менеджмент

Версия документа - 1

стр. 11 из 11

Экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

- 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, 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».