

**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**

**Филиал федерального государственного бюджетного образовательного  
учреждения высшего образования  
«ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА» в г. Артеме  
(ФИЛИАЛ ФГБОУ ВО «ВГУЭС» В Г. АРТЕМЕ)**



**УТВЕРЖДАЮ**  
Зав. отделением ОССПО  
Н.В. Лукашина

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА  
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

*ПМ.04 «Организация и управление процессом  
изготовления рекламного продукта»*

программы подготовки специалистов среднего звена  
*42.02.01 Реклама*

Форма обучения: *очная*

Артем 2021

Рабочая программа учебной дисциплины ПМ.04 «*Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта*» разработана в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 *Реклама*, утвержденного приказом Минобрнауки России от 12 мая 2014 г., № 510, примерной образовательной программой.

Разработчик(и): *Самохина Л.С., преподаватель*

Утверждена на заседании цикловой методической комиссии общих гуманитарных и социально-экономических дисциплин, протокол № 1 от 02.09.2021 г.

Председатель ЦМК  Н.В. Прихошко

## **СОДЕРЖАНИЕ**

<b>1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	<b>4</b>
<b>2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	<b>6</b>
<b>3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	<b>8</b>
<b>4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	<b>16</b>
<b>5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)</b>	<b>20</b>
<b>ПРИЛОЖЕНИЕ А ГЛОССАРИЙ</b>	<b>25</b>

# 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

## ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта

### 1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа профессионального модуля **ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта** является частью программы подготовки специалистов среднего звена (далее – ППСЗ) по специальности **42.02.01 Реклама, разработанной** в соответствии с ФГОС СПО в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): **ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта** и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.

ПК 4.2. Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.

ПК 4.3. Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.

Рабочая программа профессионального модуля может быть использована в дополнительном профессиональном образовании при организации курсовой подготовки повышения квалификации кадров или их переподготовки, а также по всем направлениям профессиональной подготовки кадров.

### 1.2. Место рабочей программы профессионального модуля в структуре программы подготовки специалистов среднего звена

Рабочая программа профессионального модуля входит в профессиональный учебный цикл программы подготовки специалистов среднего звена.

### 1.3. Цели и задачи дисциплины – требования к результатам освоения профессионального модуля:

**Рабочая программа ориентирована на достижение следующих целей:**

- воспитание гражданина и патриота; готовности к трудовой деятельности, осознанному выбору профессии;

- дальнейшее развитие и совершенствование навыков самоорганизации и саморазвития; владение информационными технологиями;

- получение знаний о совокупности средств, методов и способов распространения рекламной информации в определенной сфере экономической и общественной деятельности людей с целью привлечения внимания потребителей к товарам и услугам, являющимися объектами рекламирования в условиях рыночной экономики;

- применение полученных знаний и умений в рекламной деятельности.

**Задачи профессионального модуля:**

- рассмотреть систему планирования, разработки и технического исполнения рекламного проекта;

- ознакомить студентов с основными историческими этапами развития рекламы

- получить информацию об взаимодействии с субъектами рекламной деятельности; подготовки документации для регистрации авторских прав;

- дать представление о соответствии рекламной продукции требованиям рекламодателя;

**В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:**

***иметь практический опыт:***

- планирования, разработки и технического исполнения рекламного проекта;

- контролирования соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя;

- взаимодействия с субъектами рекламной деятельности;

- подготовки документации для регистрации авторских прав;

**уметь:**

- составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта;
- работать с рекламой в средствах массовой информации;
- проводить процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком;
- проводить презентацию рекламного продукта;
- подготавливать авторскую документацию для регистрации авторских прав;

**знать:**

- экономический механизм и экономические показатели деятельности рекламной организации;
- основные принципы работы организаций в условиях рыночной экономики;
- пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов;
- основные федеральные законы и иные нормативные правовые акты, регламентирующие рекламную деятельность в Российской Федерации;
- аспекты планирования рекламы;
- этапы принятия и реализации управленческих решений;
- классификацию целей менеджмента.

**1.4. При изучении профессионального модуля рассматриваются:**

- основные понятия менеджмента;
- основные понятия экономики и финансового планирования рекламной деятельности организации;
- процесс изготовления рекламного продукта и контроль качества.

**1.5. Рекомендуемое количество часов на освоение программы профессионального модуля:**

всего – 281 час, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 245 часов (из вариативной части- 96 часов), включая:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 164 часа, из них:

теоретическое обучение - 60 часов,

практическое обучение – 104 часа;

самостоятельной работы обучающегося – 81 час;

производственной практики (по профилю специальности) – 36 часов.

## 2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности (ВПД) **Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта**, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК 4.1.	Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.
ПК 4.2.	Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.
ПК 4.3	Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукта
ОК 1.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2.	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3.	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
ОК 4.	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 5.	Использовать информационно- коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК 6.	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7.	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.
ОК 8.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9.	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.
ОК 10	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.
ОК 11	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.

### 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

#### 3.1. Тематический план профессионального модуля

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарных курсов					Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности),** часов
			Всего, часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	в т.ч. курсовая работа (проект), часов	Всего, часов	в т.ч. курсовая работа (проект), часов		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ПК 4.1 – 4.3	МДК.04.01. Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности	245	164	104	не предусмотрена	81	не предусмотрена		-
ПК 4.1 – 4.3	ПП.04.01.Производственная практика (по профилю специальности)	36							36
	<b>Всего:</b>	<b>281</b>	<b>164</b>	<b>104</b>		<b>81</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>36</b>

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

- 1 – ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
- 2 – репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством);
- 3 – продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач).

### 3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ)

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
<b>ПМ 04. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта.</b>			
<b>МДК 04. 01. Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности</b>		<b>245/60/104/81</b>	<b>1,2,3</b>
<b>Раздел 1. Основы рекламного менеджмента</b>			
Тема 1.1. Сущность и содержание рекламного менеджмента	<b>Содержание учебного материала</b>		
	Определение менеджмента как науки, отличие методов управления. Практические предпосылки возникновения менеджмента, его роль в развитии современного производства. Менеджмент как человеческий фактор, специальность и система. Характерные черты современного менеджмента. Категории менеджмента	2	1,2
	<b>Практическое занятие №1.</b> Эволюция управленческой мысли	4	2, 3
	<b>Внеаудиторная самостоятельная работа № 1.</b> Составление презентационного материала на тему: «Инфраструктура менеджмента».	4	3
Тема 1.2. Основы рекламного менеджмента	<b>Содержание учебного материала</b>		
	Предмет и основные понятия рекламного менеджмента. Классификация целей рекламного менеджмента.	2	1,2
	<b>Практическое занятие №2.</b> Оценка современного рекламного менеджмента	4	2, 3
	<b>Внеаудиторная самостоятельная работа № 2.</b> Подготовка реферата на тему «Основные тенденции в теории и практике управления рекламой деятельностью на современном этапе».	4	3
Тема 1.3. Руководитель в системе управления рекламной организацией	<b>Содержание учебного материала</b>		
	Сущность деятельности руководителя, отличительные черты управленческой деятельности. Ролевые функции , сущность ролевых функций. Уровни управления. Методы менеджмента. Социально – психологический портрет руководителя. Участники рекламного процесса. Менеджер, его место и роль в организации. Биологические, социально-экономические и личностные характеристики менеджера.	2	1,2
	<b>Практическое занятие №3.</b> Оценка современного рекламного менеджера	4	2, 3



	<b>Внеаудиторная самостоятельная работа № 3.</b> Написание эссе на тему «Идеальный руководитель рекламного агентства».	4	3
Тема 1.4. Среда рекламной организации	Внутренняя среда организации и основные переменные. Взаимозависимость факторов внутренней среды организации. Внешняя среда организации: сущность и структура. Методы исследования среды. РЕСТ и SWOT-анализ. Факторы воздействия внешней среды на деятельность организации. STEP – анализ. SWOT – анализ.	2	1,2
	<b>Практическое занятие №4 .</b> Решение ситуационных задач на тему «Взаимосвязь внешней и внутренней среды».	6	2, 3
	<b>Внеаудиторная самостоятельная работа № 4.</b> Анализ среды рекламной организации.	4	3
	<b>Содержание учебного материала</b>		
Тема 1.5. Организационные структуры управления рекламным предприятием.	Горизонтальное и вертикальное разделение труда. Организационная структура управления. Типы организационных структур, взаимодействие структурных подразделений. Делегирование полномочий. Ответственность. Обязанности руководителя	4	1,2
	<b>Практическое занятие №5.</b> Анализ организационных структур рекламного предприятия.	6	2, 3
	<b>Внеаудиторная самостоятельная работа № 5.</b> Составление схемы на тему «Основные параметры проектирования организационной структуры».	4	3
	<b>Содержание учебного материала</b>		
Тема 1.6. Коммуникации в системе управления	Коммуникации в системе управления. Основные элементы коммуникационного процесса. Пути совершенствования коммуникаций в организации. Коммуникативные функции. Работа со средствами массовой информации Виды печатных изданий.	4	1,2
	<b>Практическое занятие №6.</b> Эффективность коммуникаций в управлении	4	2, 3
	<b>Внеаудиторная самостоятельная работа №6.</b> Составление опорного конспекта на тему «Коммуникации и средства массовой информации: возможности и барьеры».	4	3
	<b>Содержание учебного материала</b>		
Тема 1.7 Процесс и методы принятия решений	Природа процесса принятия решений. Сущность решений в менеджменте. Факторы, влияющие на процесс принятия решений. Принятие управленческих решений. Содержание, виды и этапы принятия управленческих решений. Требования, предъявляемые к управленческим решениям.	2	1,2
	<b>Практическое занятие №7.</b> Решение ситуационных задач по теме «Эффективные	4	2, 3

	управленческие решения».		
	<b>Внеаудиторная самостоятельная работа № 7.</b> Составление таблицы «Основные виды управленческих решений».	4	3
Тема 1.8 Мотивация в системе управления рекламным предприятием.	<b>Содержание учебного материала</b>		
	Понятие и значение мотивации. Мотивационный процесс. Содержательные теории мотивации. Процессуальные теории. Формы и методы стимулирования работников	2	1,2
	<b>Практическое занятие №8.</b> Решение ситуационных заданий на выявление мотивационной структуры личности	4	2, 3
	<b>Внеаудиторная самостоятельная работа № 8.</b> Написание эссе на тему «Менеджер, его место и роль в организации».	4	3
Тема 1.9 Стиль руководства.	<b>Содержание учебного материала</b>		
	Власть и влияние в рекламном менеджменте. Стиль руководства и типы руководителей. Классификация стилей руководства. Роли менеджера.	2	1,2
	<b>Практическое занятие №9.</b> Решение ситуационных заданий по теме «Власть и лидерство».	4	2, 3
	<b>Внеаудиторная самостоятельная работа №9.</b> Подготовка доклада на тему «Современные представления о стилях руководства».	4	3
Тема 1.10 Управление конфликтами и стрессами в рекламной организации.	<b>Содержание учебного материала</b>		
	Природа конфликта в организации. Понятие конфликта. Типы конфликтов. Модели процесса конфликта. Управление конфликтной ситуаций. Методы разрешения конфликтов. Природа сущности стресса. Причины стресса. Методы понижения уровня стресса.	2	1,2
	<b>Практическое занятие №10.</b> Решение ситуационных задач на тему Управление конфликтами	4	2, 3
	<b>Внеаудиторная самостоятельная работа № 10.</b> Подготовка презентации на тему «Стресс , как с ним справиться».	2	3
Тема 1.11 Тайм-менеджмент.	<b>Содержание учебного материала</b>		
	Самоорганизация менеджеров по рекламе и основы тайм-менеджмента. Должностные инструкции сотрудников отдела рекламы.	2	1,2
	<b>Практическое занятие №11.</b> Составление плана работы менеджера по рекламе.	4	2, 3
	<b>Внеаудиторная самостоятельная работа №11.</b> Подготовка презентации на тему «Роль медиа планирования в тайм менеджменте рекламного специалиста».	4	3

<b>Раздел 2 Экономические основы рекламного менеджмента</b>			
Тема 2.1 Рекламная организация как экономический субъект	<b>Содержание учебного материал</b>		
	Рекламная организация и ее основные ресурсы: материальные, трудовые и финансовые ресурсы организации. Взаимоотношения с заказчиками. Методы выбора объектов рекламирования. Основные экономические показатели деятельности	4	
	<b>Практическая работа №12</b> Методы определения объекта рекламы	2	
	<b>Внеаудиторная самостоятельная работа № 12</b> «Методы разработки и планирования дизайн-проекта рекламы»	2	
Тема 2.2 Себестоимость, цена и рентабельность – основные показатели деятельности организации	<b>Содержание учебного материала</b>		
	Понятие затрат на производство и издержек производства. Классификация затрат на производство и реализацию рекламной продукции. Рентабельность: понятие и виды. Методика расчета и классификация показателей рентабельности.	4	1,2
	<b>Практическое занятие №12.</b> Анализ технико-экономических показателей предприятия.	2	2, 3
	<b>Внеаудиторная самостоятельная работа №12.</b> Составление плана по разработке рекламного продукта.	4	3
Тема 2.3 Трудовые ресурсы рекламной организации	<b>Содержание учебного материала</b>		
	Трудовой потенциал. Трудовые ресурсы рекламной организации. Численность персонала. Оценка эффективности использования трудовых ресурсов рекламной организации	2	1,2
	<b>Практическое занятие №13.</b> Анализ эффективности использования трудовых ресурсов	2	2, 3
	<b>Внеаудиторная самостоятельная работа № 13.</b> Составление графика по техническому исполнению рекламного продукта.	4	3
Тема 2.4 Имущество и капитал.	<b>Содержание учебного материала</b>		
	Уставный капитал и имущество предприятий. Финансовые ресурсы предприятия. Доходы и расходы предприятия. Сущность прибыли, ее структура. Понятие основных средств. Показатели эффективности использования основных средств. Определение оборотных средств. Состав и структура оборотных средств. Источники формирования оборотных средств. Показатели эффективности использования оборотных средств.	4	1,2
	<b>Практическое занятие №14.</b> Анализ основных и оборотных средств фирмы.	2	2,3
	<b>Внеаудиторная самостоятельная работа № 14.</b> Подготовка реферата «Основные и оборотные фонды предприятия».	2	3

Тема 2.5 Планирование деятельности рекламной организации	<b>Содержание учебного материала</b>		
	Стратегическое планирование. Виды планирования. Этапы планирования ресурсов рекламной организации	4	1,2
	<b>Практическое занятие № 15.</b> Стратегическое планирование деятельности рекламной организации.	6	2, 3
	<b>Внеаудиторная самостоятельная работа № 15.</b> Составление графика проведения выставки-ярмарки.	4	3
Тема 2.6 Управление ресурсами в рекламной организации.	<b>Содержание учебного материала</b>		
	Текущее планирование и организация эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов. Управление материальными, трудовыми и финансовыми ресурсами в рекламной организации.	4	1,2
	<b>Практическое занятие №16.</b> Решение ситуационных заданий по теме «Тактическое планирование ресурсов рекламной организации».	6	2, 3
	<b>Внеаудиторная самостоятельная работа № 16.</b> Исследование ценовой политики средств массовой информации.	4	3
Тема 2.6 Формирование бюджета рекламной кампании.	<b>Содержание учебного материала</b>		
	Финансовое планирование и бухгалтерский учет расходов рекламной организации на изготовление и размещение рекламной продукции. Составление плана-графика рекламной кампании: расчет интенсивности, определение продолжительности. Методы формирования бюджета рекламной кампании.	2	1,2
	<b>Практическое занятие №17.</b> Составление бюджета рекламной кампании рекламной кампании.	6	2, 3
	<b>Внеаудиторная самостоятельная работа № 17.</b> Составление договора подряда и сметы на изготовление рекламного продукта.	4	3
<b>Раздел 3. Управление процессом изготовления рекламного продукта и контроль качества</b>			
Тема 3.1 Процесс принятия заказа. Оформление документов.	<b>Содержание учебного материала</b>		
	Процесс принятия заказа. Этапы процесса принятия заказа. Оформление документов.	2	1,2
	<b>Практическое занятие №18.</b> Определение особенностей рекламирования выбранного объекта	6	2, 3
	<b>Внеаудиторная самостоятельная работа № 18.</b> Составление таблицы: «Типичные ошибки в процессе выявления потребностей клиента».	4	3
Тема 3.2 Процесс создания дизайн-макета.	<b>Содержание учебного материала</b>		
	Определение потребностей заказчика. Определение дизайн-проекта. Управление процессом создания дизайн-макета. Процедура согласования макета с Заказчиком.	4	1,2

	<b>Практическое занятие №19.</b> Определение наиболее эффективных средств распространения рекламы	6	2, 3
	<b>Внеаудиторная самостоятельная работа № 19.</b> Разработка сценария презентации коммерческого предложения.	4	3
Тема 3.3 Организация процесса изготовления рекламного продукта. Защита авторских прав	<b>Содержание учебного материала</b>		
	Процесс разработки рекламного продукта. Организация процесса разработки и исполнения рекламного продукта. Рекламная стратегия. Творческий процесс в рекламе. Защита авторских прав в рекламе	4	1,2
	<b>Практическое занятие №20.</b> Авторские права и авторские договоры	4	2, 3
	<b>Внеаудиторная самостоятельная работа № 20.</b> Согласование макета рекламного продукта с заказчиком, корректировка и устранение недостатков	3	3
Тема 3.4 Управления качеством процесса изготовления рекламного продукта	<b>Содержание учебного материала</b>		
	Понятие качества. Виды качества рекламного продукта. Методы и способы оценки качества. Подходы к управлению качеством рекламного продукта	2	
	<b>Практическое занятие №21.</b> Качество как экономическая категория	6	
	<b>Внеаудиторная самостоятельная работа № 21.</b> Подготовка презентации на тему "Эволюция систем качества"		
Тема 3.5 Контроль качества изготовления рекламного продукта.	<b>Содержание учебного материала</b>		
	Контроль качества изготовления рекламного продукта. Виды и формы контроля. Тестирование рекламного продукта. Критерии соответствия рекламного продукта требованиям рекламодателя.	2	1,2
	<b>Практическое занятие №22.</b> Организация контроля рекламного предприятия	6	2, 3
	<b>Внеаудиторная самостоятельная работа № 22.</b> Подготовка презентации рекламного продукта	4	3
	<b>Практическое занятие №23</b> Выполнение индивидуальных заданий. Дифференцированный зачёт	2	3
<b>Итого</b>		<b>Практическое обучение 104 час</b>	
<b>Итого</b>		<b>Теоретическое обучение 60 час.</b>	
<b>Итого</b>		<b>Внеаудиторная</b>	

		самостоятельн ая работа 81	
<b>ПП.04.01. ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА (по профилю специальности)</b>		<b>36</b>	
<b>по ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта</b>			
<b>Раздел 1. Основы рекламного менеджмента</b>			
<b>Вводное занятие</b>	<b>Виды работ</b> Задачи практики. Ознакомление с Правилами техники безопасности, пожарной безопасности; нормами личной гигиены персонала, санитарно-гигиеническими требованиями к оборудованию, инвентарю, содержанию предприятий общественного питания.	2	3
	<b>Виды работ</b> Инструктаж о прохождении практики: знакомство с программой практики и порядком её проведения, с графиком перемещения студентов по рабочим местам, правилами внутреннего распорядка, гигиеническими требованиями.	2	3
Тема 1 Руководитель в системе управления рекламной организацией	<b>Виды работ</b> Изучение видов деятельности организации. Знакомство с перечнем предлагаемых услуг. Изучение работы руководителя рекламного предприятия. Характеристика выполняемых им ролей, Применяемых методов управления. Планирование работы руководителя	2	3
Тема 2. Среда рекламной организации	<b>Виды работ</b> Проведение анализа внешней среды организации. Определение основных субъектов рекламного рынка и оценка эффективности коммуникаций с ними рекламной организации. Проведение PEST и SWOT-анализ исследуемой организации	2	3
Тема 3. Организационная структура управления рекламным предприятием	<b>Виды работ</b> Анализ существующей организационной структуры рекламной организации. Характеристика эффективности осуществляемых в рамках данной организационной структуры коммуникаций, принятия решений. Распределение полномочий и делегирование ответственности. Изучение должностных инструкций	2	3
Тема 4. Мотивация в системе управления рекламным предприятием	<b>Виды работ</b> Тестирование персонала на оценку эффективности сложившейся системы мотивации. Анализ эффективности организации материального стимулирования в организации	2	3
<b>Раздел 2 Экономические основы рекламного менеджмента</b>			

Тема 1. Рекламная организация как экономический субъект	<b>Виды работ</b> Изучение особенностей деятельности рекламной организации. Анализ технико экономических показателей деятельности. Анализ рентабельности.	2	
Тема 2.. Трудовые ресурсы рекламной организации	<b>Виды работ</b> Анализ трудовых ресурсов. По количественным и качественным критериям. Оценка эффективности использования	2	
Тема 3. Планирование деятельности рекламной организации	<b>Виды работ</b> Изучение применяемых видов планирования. Формирование финансового плана. Анализ выполнения плановых показателей и эффективности использования финансовых и материальных ресурсов рекламной организации	2	
<b>Раздел 3. Управление процессом изготовления рекламного продукта и контроль</b>			
Тема 4. Процесс принятия заказа. Оформление документов.	<b>Виды работ</b> Изучение потребностей заказчиков. Выявление особенностей рекламируемого продукта. Оформление документов сопровождающих рекламный заказ. Изучение методов оценки качества рекламного продукты и применяемых видов контроля	4	
Тема 5. Процесс создания дизайн-макета.	<b>Виды работ</b> Создание плана-графика проведения рекламной компании предприятия, приложений к отчету. Составление рекламного текста (слогана, заголовка) с учётом концепции, рекламного носителя, приёмов.Разработка и проведение серий промо-акций в АГО.	6	3
	<b>Виды работ</b> Разработка сценария проведения рекламной компании на основе разработанной концепции Разработка сценария проведения рекламной компании по целевому признаку Подготовка плана проведения рекламной компании на основе территориального признака Подготовка плана проведения рекламной компании на основе интенсивности воздействия	6	3
	Подготовка отчёта о прохождении практики (Доклада, презентации, характеристики, отзыва руководителя практики от организации и др.) Защита практики.	2	3
<b>Всего:</b>	<b>ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта</b>	<b>281</b>	
<b>в том числе:</b>	<b>теоретическое обучение</b>	<b>60</b>	
	<b>практические работы</b>	<b>104</b>	

	<b>внеаудиторная самостоятельная работа студента</b>	<b>81</b>	
	<b>производственная практика (по профилю специальности)</b>	<b>36</b>	



## 4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

**4.1 Для реализации программы профессионального модуля ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта предусмотрены следующие специальные помещения:**

:

### **1. Кабинет экономики и менеджмента, оснащённый оборудованием:**

- посадочные места по количеству обучающихся (столы, стулья по числу посадочных мест);
- рабочее место преподавателя (стол, стул);
- учебно-методический комплекс по дисциплине (рабочие программы, календарно-тематические планы, разработки уроков по дисциплине, учебно-методическое обеспечение к , оценочных средств и др.);
- комплект бланков технологической документации;
- рекомендации по подготовке к практическим занятиям;
- рекомендации по составлению отчета по производственной практике;

### **с техническими средствами обучения:**

- компьютер с лицензионным программным обеспечением;
- электронная база нормативной документации;
- мультимедиапроектор;
- интерактивная доска;
- электронные методические пособия.

### **4.2 Информационное обеспечение реализации программы**

Для реализации программы библиотечный фонд филиала имеет печатные и /или электронные образовательные ресурсы, рекомендуемые для использования в образовательном процессе

#### **4.2.1. Основная литература**

1. Зельдович, Б. З. Менеджмент в медиа индустрии : учебник для среднего профессионального образования / Б. З. Зельдович. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 293 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12565-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/457100>
2. Борисов, Е. Ф. Основы экономики : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. Ф. Борисов. — 7-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 383 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-02043-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/450684>

#### **4.2.2. Дополнительная литература**

1. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 431 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11216-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/450914>
2. Цветкова, Г. С. Рекламный менеджмент : учебное пособие / Г. С. Цветкова. — Йошкар-Ола : ПГТУ, 2018. — 108 с. — ISBN 978-5-8158-1998-6. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/111715>
3. Богатырева, М. В. Основы экономики : учебник и практикум для среднего профессионального образования / М. В. Богатырева, А. Е. Колмаков, М. А. Колмаков. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 424 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10525-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/456718>
4. Основы экономики организации : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. А. Чалдаева [и др.] ; под редакцией Л. А. Чалдаевой, А. В. Шарковой. — 2-е

изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 361 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-07144-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/452254>

#### **4.2.3. Электронные ресурсы**

1. ЭБС «Book.ru» <https://www.book.ru>
2. Elibrary (НЭБ) <http://elibrary.ru>
3. ЭБС «Юрайт» [www.biblio-online.ru](http://www.biblio-online.ru)
4. ЭБС «Лань» [e.lanbook.com](http://e.lanbook.com)
5. СПС «Консультант Плюс»

#### **4.3. Общие требования к организации образовательного процесса**

Освоение обучающимися профессионального модуля **ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта** проводится в условиях созданной соответствующей образовательной среды в учебном заведении и в организациях, соответствующих виду профессиональной подготовки студентов.

Освоению профессионального модуля **ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта** предшествует изучение общепрофессиональных дисциплин: «Общая теория рекламы», «Организация рекламной деятельности», «Сервисная деятельность», «Авторское право», ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта и ПМ.05 Выполнение работ по рабочей профессии «Агент рекламный». Параллельно реализуются профессиональные модули ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной программы и ПМ.02 Производство рекламной продукции и др.

В рамках профессионального модуля ПМ.04 реализуется один междисциплинарный курс - МДК.04.01 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности (8 семестр), заканчивающийся проведением дифференцированного зачёта.

Реализация программы профессионального модуля предполагает прохождение обучающимися производственной практики (по профилю специальности), которая проводится концентрированно после изучения междисциплинарного курса.

Производственная практика (по профилю специальности) завершается дифференцированным зачетом студентов по освоенным общим и профессиональным компетенциям, указанным в данном модуле.

Изучение программы профессионального модуля **ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта** завершается промежуточной аттестацией (8 семестр) в форме квалификационного экзамена, результаты которого оцениваются на основании выполнения студентами требований ФГОС СПО.

Обучающимся на протяжении всего периода изучения дисциплины оказывается постоянная консультационная помощь.

#### **4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса**

Требование к квалификации педагогических (инженерно-педагогических) кадров, обеспечивающих обучение по профессиональному модулю **ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта**:

- наличие высшего образования, соответствующего профилю преподаваемого модуля;
- наличие опыта деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы является обязательным для преподавателей, отвечающих за освоение обучающимися профессионального цикла;
- стажировка в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

Реализация профессионального модуля обеспечивается педагогическими кадрами, имеющими высшее образование, обязательный опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы. Преподаватели проходят стажировку в профильных организациях не реже одного раза в 3 года. Мастер производственного обучения имеет первую квалификационную категорию с обязательной стажировкой в профильных организациях.

## 5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ «ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОЦЕССОМ ИЗГОТОВЛЕНИЯ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА»

### 5.1 Контроль и оценка сформированности профессиональных компетенций обучающихся

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели результатов подготовки	Формы и методы контроля
ПК 4.1 Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- умение организации рабочего места</li> <li>- навык планирования, разработки и технического исполнения рекламного продукта</li> </ul>	<p>текущий контроль в форме:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- оценки результатов выполнения практических работ по темам МДК;</li> <li>- оценка выполнения пробных самостоятельных заданий;</li> <li>- защита индивидуальных заданий;</li> <li>- наблюдение за прохождением производственной практики</li> <li>- защита производственной практики.</li> </ul>
ПК 4.2 Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- навык контролирования соответствия рекламного продукта требованиям рекламодателя</li> <li>- точность и аккуратность в составлении планов и графиков деятельности по изготовлению рекламного продукта</li> </ul>	<p>текущий контроль в форме:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- оценки результатов выполнения практических работ по темам МДК;</li> <li>- оценка выполнения пробных самостоятельных заданий;</li> <li>- защита индивидуальных заданий;</li> <li>- защита производственной практики.</li> </ul>
ПК 4.3 Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- умение подготавливать авторскую документацию для регистрации авторских прав</li> </ul>	<p>текущий контроль в форме:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- оценки результатов выполнения практических работ по темам МДК;</li> <li>- оценка выполнения пробных самостоятельных заданий;</li> <li>- защита индивидуальных заданий;</li> <li>- защита производственной практики.</li> </ul>

**Контроль и оценка результатов развития общих компетенций и обеспечивающих их умений.**

Таблица 5.2 – Формы и методы контроля и оценки результатов развития общих компетенций и обеспечивающих их умений.

<b>Результаты (освоенные общие компетенции)</b>	<b>Основные показатели результатов подготовки</b>	<b>Формы и методы контроля</b>
ОК 1.Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- демонстрация интереса к своей будущей профессии</li> <li>- активность, инициативность в процессе освоения профессиональной деятельности</li> <li>- участие в профориентационной деятельности</li> <li>- участие в конкурсах профессионального мастерства, тематических мероприятиях</li> <li>эффективность и качество выполнения домашних самостоятельных работ</li> <li>-систематическое ознакомление с профессиональными периодическими изданиями, профессиональной литературы</li> </ul>	Экспертная оценка результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы социологический опрос; анкетирование; оценка материалов портфолио экзамен самооценка результативности и качества выполненной работы
ОК 2.Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- выбор и применение методов и способов решения профессиональных задач в стандартных и нестандартных ситуациях;</li> <li>- оценка эффективности и качество выполнения профессиональных задач студентом;</li> <li>- мотивированное обоснование выбора и применения методов и способов выполнения поставленной задачи;</li> <li>-объективная оценка своей работы</li> </ul>	Оценка качества выполнения индивидуального задания, практической работы, зачетного задания. Наблюдение и оценка активности учащихся при проведении учебно-воспитательных мероприятий профессиональной направленности
ОК 3.Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	<ul style="list-style-type: none"> <li>-умение принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях, самостоятельно решать профессиональные задачи в области разработки технологических процессов обслуживания в гостиницах;</li> <li>- понимать полноту ответственности за результаты своей работы</li> </ul>	составление самоанализа деятельности во время производственной; экспертная оценка выполнения индивидуальных заданий; наблюдение за действиями студентов на практических занятиях.
ОК 4.Осуществлять поиск и использование информации, необходимой	<ul style="list-style-type: none"> <li>- эффективный поиск необходимой информации;</li> <li>- использование различных</li> </ul>	Наблюдение и оценка результатов деятельности обучающегося в процессе освоения

<p>для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.</p>	<p>источников, включая электронные; - демонстрация способности творчески переосмысливать существующие в современной науке подходы к пониманию тех или иных проблем, критического мышления в области гостиничного сервиса, способность убедительно аргументировать собственную позицию при решении профессиональных задач</p>	<p>профессионального модуля на практических и семинарских занятиях, при выполнении внеаудиторных самостоятельных работ, подготовке презентационных материалов Оценка подобранной информации по данному модулю Личная оценка</p>
<p>ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.</p>	<p>- применение информационно-коммуникационных технологий в оформлении документации - демонстрация умения оперативно осуществлять операции, предлагаемые преподавателем, делать анализ и давать оценку используемой информации, в том числе с применением программного обеспечения</p>	<p>Экспертное наблюдение и оценка деятельности обучающегося в процессе освоения профессионального модуля на практических и семинарских занятиях, в ходе компьютерного тестирования, подготовки электронных презентаций, при выполнении индивидуальных домашних заданий. Наблюдение и оценка исполнения студентами информационных технологий при подготовке и проведении учебно-воспитательных мероприятий различной тематики</p>
<p>ОК.6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.</p>	<p>- взаимодействие с обучающимися, преподавателями и мастерами ПО в ходе обучения  Степень владения безконфликтного общения Соблюдение принципов профессиональной этики</p>	<p>Наблюдение и оценка результатов деятельности обучающегося в процессе освоения профессионального модуля на практических и семинарских занятиях, при выполнении внеаудиторных самостоятельных работ, подготовке презентационных материалов  Наблюдение на конкурсах профессионального мастерства, создание портфолио, участие в работе профессиональных кружков.</p>
<p>ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.</p>	<p>- самоанализ и коррекция собственной работы; - демонстрация умения оценивать результаты предложенной деятельности, обосновывать свою точку зрения и способность нести соответствующую ответственность за проделанную командой работу</p>	<p>Экспертное наблюдение и оценка использования студентами методов и приемов личной организации в процессе освоения профессионального модуля на практических и семинарских занятиях, при выполнении заданий, полученных командой Экспертное наблюдение и оценка динамики достижений результатов студентами в период учебной и общественной деятельности</p>

<p>ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.</p>	<p>- организация самостоятельного изучения нормативной документации, разработка и оформление индивидуального задания или экскурсии; - способность к организации и планированию самостоятельных занятий при изучении модуля; - демонстрация потребности в получении дополнительных знаний, возможностей самореализации</p>	<p>Экспертное наблюдение и оценка использования студентами методов и приемов личной организации в процессе освоения профессионального модуля на практических и семинарских занятиях при выполнении индивидуальных домашних заданий. Экспертное наблюдение и оценка использования студентами методов и приемов личной организации при подготовке и проведении учебно-воспитательных мероприятий различной тематики. Экспертное наблюдение и оценка динамики достижений результатов студентами в период учебной и общественной деятельности</p>
<p>ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.</p>	<p>- умение ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности; - умение работать с учебной, научной литературой и нормативными материалами; - умение анализировать новые технологии в области РЕКЛАМНОГО сервиса;</p>	<p>Наблюдение и оценка результатов в процессе освоения профессионального модуля на практических и семинарских занятиях при выполнении самостоятельной работы и индивидуальных домашних заданий</p>
<p>ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности особенностями предпринимательства профессиональной деятельности.</p>	<p>Демонстрация знаний и умений в области предпринимательской деятельности</p>	<p>Наблюдение. Беседа. Анализ качества выполнения практических заданий (работа с текстом учебника и дополнительными источниками)</p>
<p>ОК 11. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.</p>	<p>- решение стандартных и нестандартных профессиональных задач; - проявление интереса к инновациям в области профессиональной деятельности</p>	<p>Наблюдение. Беседа. Анализ качества выполнения аудиторной и внеаудиторной работы.</p>

### 5.3. Оценка индивидуальных образовательных достижений по результатам текущего контроля и промежуточной аттестации

Таблица 5.3 – Оценка индивидуальных образовательных достижений по результатам текущего контроля и промежуточной аттестации

№ п/п	Баллы по рейтингу	Качественная оценка индивидуальных образовательных достижений	
		вербальный аналог	балл (отметка)
1	41	допуск	
2	61-75	удовлетворительно	3

3	76-90	хорошо	4
4	91-100	отлично	5
5	61-100	зачтено	
6	менее 61	не зачтено	

На этапе промежуточной аттестации по медиане качественных оценок индивидуальных образовательных достижений экзаменационной комиссией определяется интегральная оценка освоенных обучающимися профессиональных и общих компетенций как результатов освоения профессионального модуля.

#### 5.4 Критерии оценки знаний студентов по междисциплинарному курсу

##### МДК.04.01. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта

Таблица 8 – Общее распределение баллов в 6 семестре:

№п/п	Наименование работ	Всего баллов 100			
		Текущая аттестация от 0 до 40 баллов (1-8 неделя)		Семестровая аттестация от 60 до 100 баллов (9-16 неделя)	
		знания, умения	компетенции	знания, умения	компетенции
1.	Теоретический материал	4x1,5=6	4x1,5=6	4x1,5=6	4x1,5=6
2.	Лабораторные/ Практические работы	4x2=8	4x2=8	4x2=8	4x2=8
3.	Внеаудиторная самостоятельная работа		3		3
4.	Реферат				
5.	Проверочная работа	3	3	3	3
6.	Контрольная работа			20	
7.	Посещаемость	3	0	3	0
	Итого	20	20	20	40
		40		60	

##### ПП.04.01 Производственная (по профилю специальности) практика

Общее распределение баллов в 6 семестре:

№ пп	Наименование работ	Всего баллов 100			
		Текущая аттестация		Семестровая аттестация (1 неделя)	
		знания, умения	компетенции	знания, умения	компетенции
1.	Практическое обучение	-	-	9 x 0,5 = 5,0	9 x 1 = 9
2.	Пробные практические работы	-	-	10 x 1 = 10,0	11 x 1 = 11,0
3.	Индивидуальные практические работы по итогам изучения темы	-	-	15 x 1 = 15,0	15 x 2 = 30,0
4.	Практические работы по итогам семестра	-	-	-	20,0



5.	Посещаемость	-	-		
6.	Итого:	-	-	30,0	70,0

Порог доступа к промежуточной (семестровой) аттестации: 41 бал

## Приложение А

### ГЛОССАРИЙ ОСНОВНЫХ ТЕРМИНОВ И ОПРЕДЕЛЕНИЙ, ИЗУЧАЕМЫХ В МОДУЛЕ

**Антрепренер** – театральный менеджер, специалист, занимающийся предпринимательской деятельностью в театральной сфере (антрепризные театры).

**Арт-бизнес** – коммерческая, предпринимательская деятельность, которая направлена на удовлетворение художественно-эстетических потребностей потенциальной аудитории (зрителей, читателей, слушателей) и ориентированная на зрелищность и наглядность; сфера взаимодействия и сотрудничества, интеграции авторов произведений и их непосредственных потребителей.

**Артбренд** (англ. brand - марка) - термин в маркетинге, символизирующий комплекс информации об аудиовизуальном продукте или услуге, производящей и оказывающей их компании.

**Арт-директор** — должность художественного руководителя, идейного вдохновителя реализации творческого проекта в социокультурных организациях, в арт-индустрии (реклама, издательский бизнес, кино, дизайн, телевидение и т.п.). Применительно к рекламе арт-директор отвечает за ее художественную разработку.

**Арт-дилер** – посредник в сотрудничестве между галереей и художником, формирующий его персональный брендинг художника, представляющий его интересы с целью организации и проведения выставок, купли и продажи произведений искусства.

**Арт-индустрия** – это социокультурные институции, творческие учреждения, деятельность которых полифункциональна (театр, музей, концертный зал, галерея и т.п.).

**Арт-маркетинг** — это исследование эстетических предпочтений потенциальной аудитории в арт-продукции; особенностей продвижения творческих проектов и арт-продукции на рынок с помощью рекламных средств и мероприятий, получение прибыли от продажи арт-продукции, реализации творческих проектов; формирование их благоприятного имиджа и позиционирование на рынке культурных услуг.

**Арт-менеджмент** - это целенаправленный процесс управления в сфере культуры и искусства.

**Арт-продукция** – художественные произведения, творческие проекты, имеющие художественный компонент, являющиеся товаром на рынке культурных услуг.

**Арт-проект** – форма социокультурной, художественно-эстетической и творческой деятельности в разных сферах искусства.

**Арт-промоутер** - специалист по продвижению творческих произведений, арт-продукции на рынок (музыкальный, театральный, кинорынок, художественный рынок), занимающийся оценкой качества творческой продукции, анализирующий ситуацию их использования и “потребления”.

**Арт-промоушн** – разновидность маркетинговой деятельности в сфере искусства, целью которой является создание и реализация творческой и арт-продукции.

**Арт-пространство** – музейное, галерейное, выставочное, городское пространство, в котором представлены произведения традиционного и современного искусства; бывшие заводские помещения или промышленные комплексы, которые используются под многофункциональные социокультурные центры (лофты); благоприятная художественно-эстетическая среда для экспозиционно-выставочной деятельности и реализации творческих и художественных проектов.

**Арт-процесс** – творческая деятельность, направленная на создание художественных произведений, реализацию смелых креативных идей в современной художественной практике (театральной, музыкальной и т.д.) и арт-пространстве (музейном, галерейном, выставочном, городском и т.п.).

**Арт-фирма** – творческая организация, учреждение в сфере искусства, занимающееся коммерческой, предпринимательской деятельностью в сфере искусства; созданием арт-продукции.

**Аудиовизуальный бизнес** – самостоятельная деятельность, направленная на получение прибыли от производства и продвижения аудиовизуальной продукции.

**Аудиовизуальная продукция** - кино-, видео-, фоно-, фотопродукция и ее комбинации, созданные и воспроизведенные на любых видах носителей.

**Афиша** - графический рекламоноситель, печатается на плотной бумаге или картоне. В отличие от плаката афиши, обычно, анонсируют грядущие события – приезд знаменитостей, концерты и т.п. Афиши расклеиваются по улицам города. Преимущества: эффективно информируют жителей города о предстоящем событии, маленький формат рекламоносителя компенсируется возможностью размещения большого количества этих сравнительно недорогих рекламоносителей в разных частях города.

**Боди-арт** (англ. body art — “искусство тела”) — форма современного авангардного искусства, объектом творчества в которой является тело человека или его муляжи, наполняемые содержанием благодаря таким элементам невербального языка, как мимика, жестикуляция и т.п.

**Выставочный стенд** – специальное оборудование, витрина, щит, стойка, с помощью которых фирма-экспонент демонстрирует свои экспонаты для посетителей.

**Гарнитура шрифта** - семейство начертаний, объединенных общностью рисунка и имеющих определенное название

**Дизайн (от англ. design - замысел, проект, чертеж, рисунок)** - художественное конструирование оригиналов книжно-журнальных, газетных и листовых изданий, этикеточно-упаковочной продукции, изделий культурно-бытового и хозяйственного назначения.

**Директ-маркетинг** - прямой маркетинг, направление в производственно-сбытовой деятельности и (одновременно) в рекламе.

**Дистрибьюция** - термин, употребляемый в структурном языкознании, особенно в американской дескриптивной лингвистике. Под дистрибьюцией данного элемента обычно понимают сумму всех окружений, в которых он встречается, т. е. сумму всех (различных) позиций элемента относительно позиций других элементов.

**Засечка** - поперечный элемент на конце основного штриха буквы.

**Импресарио** – предприниматель-антрепренер или агент-устроитель концертов и зрелищ; арт-менеджер, занимающийся реализацией и прокатом творческой продукции.

**Копирайтер (copyright)** - специалист по созданию рекламных слоганов, текстов и заказных статей, прямо или косвенно носящие рекламный характер.

**Креатив (create - творить)** - творческая составляющая рекламной деятельности.

**Креативный директор** - должность в организациях занимающихся социокультурной деятельностью (рекламой, дизайном, масс-медиа, индустрии развлечений), в которых основное внимание уделяется творчеству работе.

**Медиаплан** - это план размещения ваших рекламных обращений. В этом документе содержатся ответы на следующие вопросы: где размещать, какую аудиторию охватить, как часто размещать, когда размещать, сколько на это потратить. Медиаплан формируется в результате анализа значительного числа факторов, характеризующих то или иное медиасредство.

**Медиапланер** – разработчик графика размещения рекламы.

**Медиапространство** – это социокультурная среда, в которой происходит процесс миропонимания и определяющее значение имеет передача информации, в том числе с использованием информационно-коммуникативных технологий.

**Логотип** - элемент фирменного стиля, представляющий собой оригинальное начертание наименования рекламодателя, используемое как символ товара или фирмы, зачастую являющийся торговой маркой, поэтому на логотип распространяются требования соответствующей регистрации, после которой подлежит правовой защите.

**Паблик Рилейшнс** (англ. Public Relations) – совокупность мероприятий рекламного и иного характера, направленных на формирование положительного мнения о фирме или выпускаемой продукции (товарах, услугах). Система коммерческих связей с общественными организациями, воздействие на общественное мнение через СМИ.

**Пиар-агентство** - организация, разрабатывающая рекламные компании фильма и осуществляющая размещение рекламы согласно утвержденным объемам и медиаплану.

**Полиграфическое исполнение издания** - изготовление издания полиграфическими средствами, включающее процессы: допечатные, печатные, с использованием одного из основных полиграфических способов печати (высокой, плоской, глубокой и трафаретной), брошюровочно-переплетные и отделочные. Уровень полиграфического исполнения издания определяется его качеством.

**Продюсер** (от англ. producer) — человек в индустрии развлечений, который регулирует (или помогает регулировать) финансовые, административные, технологические или юридические аспекты, а также регулирует репертуарную политику при выполнении какого-либо проекта в области культуры; специалист в арт-индустрии, занимающийся реализацией и продвижением творческой продукции (аудиовизуальной, театральной и т.п.), руководством концертной деятельностью и отвечающий за процесс финансирования творческих проектов.

**Прайм тайм** (от англ. prime time) – вечернее эфирное время на ТВ, охватывающее максимальное количество зрителей.

**Пресс-релиз** – структурный элемент рекламной кампании, содержащий ключевую информацию привлекательного характера об арт-продукции, творческом проекте.

**Промо-план** – важный документ, в котором приведен перечень телевизионных каналов, где будет в определенное эфирное время представлена информация об эстрадном исполнителе, музыканте, композиторе.

**Промоушн-кампания** – осуществление целенаправленного распространения рекламной продукции с помощью разных медиасредств и медиаканалов; организация пресс-конференций, показов, вернисажей, мастер-классов, приемов и т.п.

**Радиоролик** – аудиопроизведение, направленное на предоставление рекламной информации о товаре (аудиовизуальном продукте или услуге), компании-производителе потенциальному зрителю, потребителю, покупателю.

**Рекламная кампания** - комплекс проводимых в определенный период организационно-технических мероприятий в рамках единой программы по достижению определенной рекламной цели — широко оповестить о новом товаре или важном для рекламодателей событии.

**Слоган** - рекламный лозунг: четкая, ясная и сжатая формулировка рекламной идеи, которая легко воспринимается и запоминается.

**Творческая продукция** – социокультурные мероприятия, проекты, содержащие творческий и эстетический аспекты (биеннале, фестивали, выставки, телевизионные программы и др.)

**Хит-парад** – перечень наиболее популярных синглов, рассматривающийся как наиболее эффективное рекламное средство в шоу-бизнесе.

**Хайпинг** – скандальная рекламная кампания по привлечению зрительской аудитории к музыкальному проекту, к восприятию артиста, исполнителя и т.д.

**Художественный центр** – это арт-центр, который занимается продвижением разных направлений, стилей, жанров и видов искусства, приобщает зрителей к восприятию и пониманию традиционного и современного искусства в арт-пространстве, формирует их эстетические предпочтения, предлагая широкий спектр культурных услуг (посещение выставки, участие в семинарах и мастер-классах, знакомство с художниками и т.п.)

## МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Филиал федерального государственного бюджетного образовательного  
учреждения высшего образования  
«ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА» в г. Артеме  
(ФИЛИАЛ ФГБОУ ВО «ВГУЭС» В Г. АРТЕМЕ)

### КОНТРОЛЬНО ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

К профессиональному модулю

*ПМ.04. Организация и управление процессом  
изготовления рекламного продукта*

программы подготовки специалистов среднего звена  
по специальности

*42.02.01 Реклама*

Артем 2021

## Содержание

№ п/п		Стр.
1.	Общие положения	3
2.	Результаты освоения дисциплины, подлежащие проверке	3
3	Профессиональные и общие компетенции	4
4	Распределение оценивания результатов обучения по видам контроля	5
5	Структура контрольных заданий	5
5.1	Задания текущего контроля	5
5.2	Задания промежуточной аттестации	29
6.	Шкала оценки образовательных достижений	53
7.	Информационное обеспечение реализации программы	54

## 1. Общие положения

Контрольно-оценочные средства (КОС) предназначены для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу профессионального модуля ПМ.04. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта

КОС включают контрольные материалы для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации в форме дифференцированного зачета в 6 семестре

КОС разработаны в соответствии с:

- программой подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01 Реклама;
- программой профессионального модуля ПМ.04. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта

### Формы контроля и оценивания элементов профессионального модуля

Таблица 1

Элемент модуля	Форма контроля и оценивания	
	Промежуточная аттестация	Текущий контроль
МДК.04.01. Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности	Другие формы контроля (6 семестр)	- анализ и оценка выполнения работ на практических занятиях; - анализ и оценка выполнения самостоятельной работы - результаты тестирования
МДК.04.01. Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности	Дифференцированный зачет (6 семестр)	- анализ и оценка выполнения работ на практических занятиях; - анализ и оценка выполнения самостоятельной работы - результаты тестирования
ПП 04.01. Производственная практика (по профилю специальности)	Дифференцированный зачет (6 семестр)	- выполнение пробной практической работы по индивидуальному заданию - защита отчета по практике
ПМ.04	экзамен (квалификационный)	- выполнение индивидуального практического задания

## 2. Результаты освоения модуля, подлежащие проверке

### 2.1. Профессиональные и общие компетенции:

Таблица 2

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели результатов подготовки
ПК 4.1 Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.	- умение организации рабочего места - навык планирования, разработки и технического исполнения рекламного продукта
ПК 4.2 Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.	- навык контролирования соответствия рекламного продукта требованиям рекламодателя - точность и аккуратность в составлении планов и графиков деятельности по изготовлению рекламного продукта

ПК 4.3 Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.	- умение подготавливать авторскую документацию для регистрации авторских прав
ОК 1.Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	- демонстрация интереса к своей будущей профессии - активность, инициативность в процессе освоения профессиональной деятельности - участие в профориентационной деятельности - участие в конкурсах профессионального мастерства, тематических мероприятиях эффективность и качество выполнения домашних самостоятельных работ -систематическое ознакомление с профессиональными периодическими изданиями, профессиональной литературы
ОК 2.Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	- выбор и применение методов и способов решения профессиональных задач в стандартных и нестандартных ситуациях; - оценка эффективности и качество выполнения профессиональных задач студентом; - мотивированное обоснование выбора и применения методов и способов выполнения поставленной задачи; -объективная оценка своей работы
ОК 3.Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	-умение принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях, самостоятельно решать профессиональные задачи в области разработки технологических процессов обслуживания в гостиницах; - понимать полноту ответственности за результаты своей работы
ОК 4.Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	- эффективный поиск необходимой информации; - использование различных источников, включая электронные; - демонстрация способности творчески переосмысливать существующие в современной науке подходы к пониманию тех или иных проблем, критического мышления в области гостиничного сервиса, способность убедительно аргументировать собственную позицию при решении профессиональных задач
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	- применение информационно-коммуникационных технологий в оформлении документации - демонстрация умения оперативно осуществлять операции, предлагаемые преподавателем, делать анализ и давать оценку используемой информации, в том числе с применением программного обеспечения
ОК.6.Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	- взаимодействие с обучающимися, преподавателями и мастерами ПО в ходе обучения Степень владения безконфликтного общения Соблюдение принципов профессиональной этики
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	- самоанализ и коррекция собственной работы; - демонстрация умения оценивать результаты предложенной деятельности, обосновывать свою точку зрения и способность нести соответствующую ответственность за проделанную командой работу
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	- организация самостоятельного изучения нормативной документации, разработка и оформление индивидуального задания или экскурсии; -способность к организации и планированию самостоятельных занятий при изучении модуля; -демонстрация потребности в получении дополнительных знаний, возможностей самореализации
ОК 9.Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	- умение ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности; - умение работать с учебной, научной литературой и нормативными материалами; -умение анализировать новые технологии в области РЕКЛАМНОГО сервиса;



ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностям предпринимательства профессиональной деятельности.	Демонстрация знаний и умений в области предпринимательской деятельности
ОК 11 Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.	Демонстрация экологической, информационной и коммуникативной культуры, Наличие базовых умения общения на иностранном языке.

**2.2. В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен: иметь практический опыт:**

ПО1 - планирования, разработки и технического исполнения рекламного проекта;

ПО2 -контролирования соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя;

ПО3 -взаимодействия с субъектами рекламной деятельности;

ПО4-подготовки документации для регистрации авторских прав;

**уметь**

У1- составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта;

У2- работать с рекламой в средствах массовой информации;

У3- проводить процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком;

У4-проводить презентацию рекламного продукта;

У5- подготавливать авторскую документацию для регистрации авторских прав;

**знать:**

31-экономический механизм и экономические показатели деятельности рекламной организации;

32 основные принципы работы организаций в условиях рыночной экономики;

33 пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов;

34-основные федеральные законы и иные нормативные правовые акты, регламентирующие рекламную деятельность в Российской Федерации;

35-аспекты планирования рекламы;

36-этапы принятия и реализации управленческих решений;

37-классификацию целей менеджмента.

**Критерии оценки:**

Оценка «5» ставится в том случае, студент демонстрирует знания основ менеджмента и экономики в рекламной деятельности, дает примеры по разъяснению теоретических положений, грамотно формулирует сущность понятий, умеет делать выводы и обобщения, высказывает самостоятельные суждения.

Оценка «4» ставится в том случае, когда при всей верности ответа есть некоторые неточности в изложении материала.

Оценка «3» ставится в том случае, когда в ответе обнаруживается недостаточно глубокое понимание проблемы, отсутствуют собственные оценки сказанного, проявляются умения лишь репродуктивно излагать материал.

Оценка «2» выставляется в том случае, когда студент не знает материал.

**Критерии и показатели, используемые при оценивании реферата**

Критерии	Показатели
1.Новизна реферированного текста	- актуальность проблемы и темы; - новизна и самостоятельность в постановке проблемы, в формулировании нового аспекта выбранной для анализа проблемы;

Макс. - 2 балла	- наличие авторской позиции, самостоятельность суждений.
2. Степень раскрытия сущности проблемы Макс. - 2 балла	- соответствие плана теме реферата; - соответствие содержания теме и плану реферата; - полнота и глубина раскрытия основных понятий проблемы; - обоснованность способов и методов работы с материалом; - умение работать с литературой, систематизировать и структурировать материал; - умение обобщать, сопоставлять различные точки зрения по рассматриваемому вопросу, аргументировать основные положения и выводы.
3. Обоснованность выбора источников Макс. - 2 балла	- круг, полнота использования литературных источников по проблеме; - привлечение новейших работ по проблеме (журнальные публикации, материалы сборников научных трудов и т.д.).
4. Соблюдение требований к оформлению Макс. - 2 баллов	- правильное оформление ссылок на используемую литературу; - грамотность и культура изложения; - владение терминологией и понятийным аппаратом проблемы; - соблюдение требований к объему реферата; - культура оформления: выделение абзацев.
5. Грамотность Макс. - 2 балла	- отсутствие орфографических и синтаксических ошибок, стилистических погрешностей; - отсутствие опечаток, сокращений слов, кроме общепринятых; - литературный стиль.

### Критерии оценивания студенческих презентаций:

Оформление слайдов	Параметры
Стиль	Соблюдать единого стиля оформления.
Фон	Фон должен соответствовать теме презентации
Использование цвета	Слайд не должен содержать более трех цветов Фон и текст должны быть оформлены контрастными цветами
Анимационные эффекты	При оформлении слайда использовать возможности анимации Анимационные эффекты не должны отвлекать внимание от содержания слайдов
Представление информации	Параметры
Содержание информации	Слайд должен содержать минимум информации Информация должна быть изложена профессиональным языком Содержание текста должно точно отражать этапы выполненной работы Текст должен быть расположен на слайде так, чтобы его удобно было читать В содержании текста должны быть ответы на проблемные вопросы Текст должен соответствовать теме презентации
Расположение информации на странице	Предпочтительно горизонтальное расположение информации Наиболее важная информация должна располагаться в центре Надпись должна располагаться под картинкой
Шрифты	Для заголовка – не менее 24 Для информации не менее – 18 Лучше использовать один тип шрифта Важную информацию лучше выделять жирным шрифтом, курсивом. Подчеркиванием На слайде не должно быть много текста, оформленного прописными буквами
Выделения информации	На слайде не должно быть много выделенного текста (заголовки, важная информация)
Объем информации	Слайд не должен содержать большого количества информации Лучше ключевые пункты располагать по одному на слайде
	Для обеспечения разнообразия следует использовать разные виды

Виды слайдов	слайдов: ✓ с таблицами ✓ с текстом ✓ с диаграммами
--------------	---

Работа отвечает всем требованиям критериев - *отлично*.

При незначительном нарушении или отсутствии каких-либо параметров в работе- *хорошо*.

Половина критериев или отсутствует или не соответствует требованиям- *удовлетворительно*.

### **3. Оценка освоения теоретического курса профессионального модуля (Оценка освоения междисциплинарных курсов) ПМ. 04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта**

#### **3.1 Задания для оценки освоения МДК 04.01 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности**

##### **3.1.1 Задания текущего контроля**

##### **Раздел 1. Основы рекламного менеджмента**

##### **Тема 1.1. Сущность и содержание менеджмента**

##### **Практическое занятие №1. Эволюция управленческой мысли**

**Внеаудиторная самостоятельная работа № 1.** Составление презентационного материала на тему: «Инфраструктура менеджмента».

**Проверяемые результаты 31, 32,**

**Формируемые компетенции ОК.1-10**

##### **Текст задания**

Терминология.

Поясните сущность указанных слов и словосочетаний.

Адаптация	Объект управления	Структура организационная
Внешняя среда	Организация	Субъект управления
Жизненный цикл	Переменные внутренней среды	Технологии
Задачи	Подходы к управлению	Управление
Информация	Процесс управления	Факторы прямого воздействия
Культурные ценности	Принципы управления	Функция управления
Менеджмент	Регулирование	Цели
Менеджер	Ресурсы	Цикл управления
Менталитет	Связь	Школа управления

Методы управления

За правильный ответ на вопрос выставляется – 1 балл.

За неправильный ответ на вопрос выставляется – 0 баллов.

Время на выполнение: 15 мин.

**Таблица 1 Сравнительный анализ школ управления. Заполните графы следующей таблицы.**

№ п/п	Характеристика	Наименование школы			
1	Основатель и последователь				
2	Представление об объекте				
3	Сущность школы				
4	Используемые методы, приемы				
5	Критерий результативности				

**Таблица 2 Сравнительный анализ подходов к управлению. Заполните графы следующей таблицы.**

Характеристика	Наименование подхода					
	Системный	Процессный	Ситуационный	Стратегический	Социо-культурный	
Объект рассмотрения	Организация		Процессы	Управленческая проблема	Организация	Неформальная организация
Особенности в рассмотрении объекта управления						
Вклад в теорию управления						
Отношение к внешней среде						

**Критерии оценки:**

За правильное выполнение задания – 1 балл

За неправильное выполнение задания – 0 балл

**Тема 1.2. Основы рекламного менеджмента**

**Практическое занятие №2. Оценка современного рекламного менеджмента**

**Внеаудиторная самостоятельная работа № 2. Подготовка реферата на тему «Основные тенденции в теории и практике управления рекламой на современном этапе».**

**Проверяемые результаты 31, 32, 36, 37**

**Формируемые компетенции ПК.4.2, ОК.1-10**

**Текст задания**

**Сформулируйте определения**

1. Ключевые понятия:

Рекламный менеджмент \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Рекламный менеджер \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_



**3. Каковы предпосылки возникновения рекламного менеджмента?**

**4. Назовите и охарактеризуйте этапы развития рекламного менеджмента в нашей стране?**

**Критерии оценки:**

За правильное выполнение задания – 1 балл

За неправильное выполнение задания – 0 балл

**Тема 1.3. Руководитель в системе управления**

**Практическое занятие №3. Оценка современного рекламного менеджера**

**Внеаудиторная самостоятельная работа № 3. Написание эссе на тему «Идеальный руководитель рекламного агентства».**

**Проверяемые результаты** У1, 32, 33, 36

**Формируемые компетенции** ПК.4.1, ПК.4.2, ОК.1-10

**Текст задания**

**Немного теории**

Менеджмент неразрывно связан с людьми, занятыми управлением. По сравнению с другими видами труда в организации он имеет ряд особенностей, выражающихся в характере самого труда, его предмете, результатах и применяемых средствах.

**Управленческий персонал** – категория работников, главный смысл и содержание труда которых отражает специфику решаемых задач, обусловленных преимущественно умственным, творческим характером управленческого труда, в центре которого

постановка целей, разработка способов и приемов их достижения, а также эффективная организация совместной деятельности работников.

Важным фактором повышения результативности менеджмента является разделение труда менеджеров, т.е. специализация управленческих работников на выполнение определенных видов деятельности, разграничение их полномочий, прав и сфер ответственности.

**Рекламный менеджер** – это человек, который обладает соответствующим образованием и предпринимает действия, направленные на продвижение идеи, услуги или товара на рынке.

**Задание 1.** Какие требования предъявляют к менеджеру как к руководителю

---

---

**Задание 2.** Какие требования предъявляют к менеджеру как к специалисту

---

---

**Задание 3.** Напишите требования к личным качествам современного менеджера

---

---

**Задание 4.** Укажите на сколько уровней условно подразделяют менеджеров, и кто к ним относится, какие у них функции и задачи.

Высший уровень -

---

Среднее звено -

---

Нижнее звено -

**Задание 5.** Перечислить какими чертами характера должен обладать современный менеджер. Как вы это прокомментируете: «Успех и неудачи предприятия – это в первую очередь успехи и неудачи менеджмента. Если предприятие работает плохо и нерентабельно, его хозяин меняет не рабочих, а менеджера».

**Критерии оценки:**

За правильное выполнение задания – 1 балл

За неправильное выполнение задания – 0 балл

**Тема 1.4. Среда рекламной организации**

**Практическое занятие №4 .** Решение ситуационных задач на тему «Взаимосвязь внешней и внутренней среды».

**Внеаудиторная самостоятельная работа № 4.** Анализ среды рекламной организации.

**Текст задания**

**Задание 1.** Дайте пояснение по характеристикам внешней среды результаты отразите в таблице

Характеристики среды	Содержание	Пример

За правильный ответ на вопрос выставляется – 1 балл.

За неправильный ответ на вопрос выставляется – 0 баллов.

Время на выполнение: 15 мин.

### Задание 2. Оценка ресурсов организации

1. Приведите пример формальных и неформальных организаций, с которыми Вам приходилось сталкиваться.

2. Составьте сравнительную характеристику состава ресурсов следующих пар организаций: Пример

- Рекламное агентство
- Медиа-холдинг
- Типография
- Телевидение
- Радиостанция
- Учебное заведение (школа, институт)
- Типография
- Швейная фабрика

Таблица -. Взаимосвязь между целями и ресурсами пример для задания 2

Организация	Материалы	Технология	Люди	Информация
«Ай Би Эм», «Эппл» (производство «МакДоналдс » (производство «Федерал Экспресс» (коммерчески Католическая церковь (некоммерчес	<i>Полупроводни ки, металлы, пластмассы Мясо, картофель, булочки, Конверты, ярлыки для адресов Свечи, кадила, ароматные</i>	<i>Сборочные линии, конструирован Механизирован ное приготовление Компьютеры, реактивные самолеты, Телефоны, транспорт, печатные</i>	<i>Инженеры, программисты, управляющие, Управляющие ресторанов, бухгалтеры, Шоферы по доставке, операторы Священники, епископы, архиепископы.</i>	<i>Отчеты о реализации исследования рынка, отчеты о дефектах Отчетность о реализации, учет на складах, отчет о затратах на приобретение Информация о том, где находится груз, затраты, расходы по доставке, Ссылки на Библию, папская булла, отчеты о посещаемости прихожан,</i>

Курсивом выделены ресурсы, имеющие первостепенное значение для данной организации

**Задание 3.** Дайте характеристику факторов, внешней среды для выбранной пары организации.

Перечень внешних опасностей и возможностей включает результаты анализа следующих групп факторов:

- 1) экономических (фаза развития экономики, изменение доходов населения,);
- 2).....;
- 3).....;
- 4).....;
- 5).....;
- 6).....;
- 7) социального поведения.

Перечень внутренних сильных и слабых сторон включает результаты изучения следующих аспектов организации:

- 1).....;
- 2).....;
- 3).....;
- 4).....;
- 5) культура и образ корпорации.

#### **Задание 4. Характеристики организации**

- определите организации, которые играют важную роль в вашей жизни;
- выявите основные характеристики одной из этих организаций, наиболее вам знакомой, и определите ее вид;
- представьте основные функции менеджмента этой организации;
- определите последствия существования данной организации.

#### **Этапы работы.**

1. Составить перечень из 5 организаций, с которыми вы имели контакты в последнее время (ваша работа, магазин, кинотеатр, поликлиника и пр.).

2. Описать характеристики одной из перечисленных организаций (работа по подгруппам), заполнив таблицу 1.

Для составления характеристик можно воспользоваться основными параметрами организации:

- цели и вид деятельности (какие задачи организация перед собой ставит и чем занимается);
- форма собственности (государственная, частная, муниципальная и пр.);
- уровень формализации (неформальная, формальная);
- отношение к прибыли (коммерческая, некоммерческая);
- отношения внутри организации (корпоративная, индивидуалистская, эдхократическая, партисипативная);
- этап жизненного цикла организации на сегодняшний день.

**Таблица 1. Организация и ее характеристики**

№	Основные характеристики	Функции менеджмента

3. Провести анализ функций менеджмента в этой организации.

4. Выявить последствия существования организации (позитивные и негативные) для ее работников и внешней среды, заполнив таблицу 2.

**Таблица 2. Последствия существования организации**

Позитивные		Негативные	
для внешней среды	для работников	для внешней среды	для работников

#### **Критерии оценки:**

За правильное выполнение задания – 1 балл

За неправильное выполнение задания – 0 балл

#### **Тема 1.5. Организационные структуры управления рекламным предприятием**

**Практическое занятие №5.** Анализ организационных структур рекламного предприятия.



**Внеаудиторная самостоятельная работа № 5.** Составление схемы на тему «Основные параметры проектирования организационной структуры».

**Проверяемые результаты** У2, У3, З2, З5, З6

**Формируемые компетенции** ПК.4.1, ПК.4.2, ПК.4.3, ОК.1-10

### **Текст задания**

**Задание 1.** Укажите термины, характеризующие приведенными понятиями.

1. Информация, передаваемая по неформальным каналам общения.
2. Человек, эффективно осуществляющий неформальное руководство.
3. Система подчинения нижестоящих органов и должностных лиц вышестоящим органам и лицам.
4. Группа, специально сформированная руководством посредством организационного процесса.
5. Система отношений внутри коллектива, зафиксированная документально.
6. Система отношений внутри коллектива, в значительной мере основанная на личных отношениях между работниками.
7. Группа людей, деятельность которых сознательно координируется для достижения общей цели или целей.
8. Разделение труда, создающее уровни соподчинения.
9. Число людей, находящихся в непосредственном подчинении руководителя.
10. Логическое соотношение уровней управления и функциональных областей, организованное таким образом, чтобы обеспечить эффективное достижение целей.
11. Необходимость и обязанность отвечать за свои поступки и действия.
12. Ограниченное право использовать ресурсы организации и направлять усилия ее сотрудников на выполнение заданий.
13. Полномочия, которые передаются от начальника непосредственно подчиненному и далее другим подчиненным.

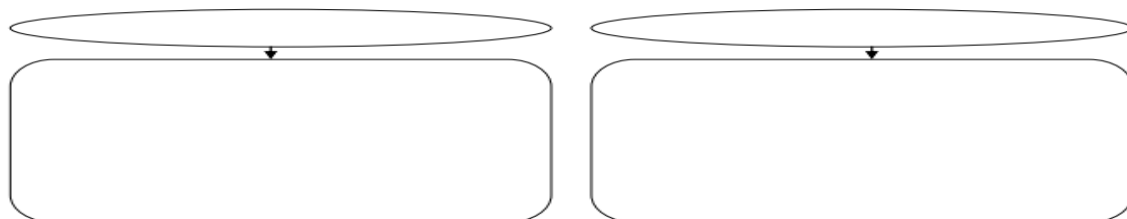
За правильный ответ на вопрос выставляется – 1 балл.

За неправильный ответ на вопрос выставляется – 0 баллов.

**Задание 2.** Заполните схему

**Организация** - это процесс создания структуры предприятия, которая дает возможность людям эффективно работать вместе для достижения его целей.

Имеется два основных аспекта организационного процесса:



Делегирование - \_\_\_\_\_

Цели делегирования:

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_

Делегирование базируется на \_\_\_\_\_

Полномочия \_\_\_\_\_

Как Вы понимаете военную поговорку "Честь отдается мундиру, а не человеку" применительно к делегированию?

\_\_\_\_\_

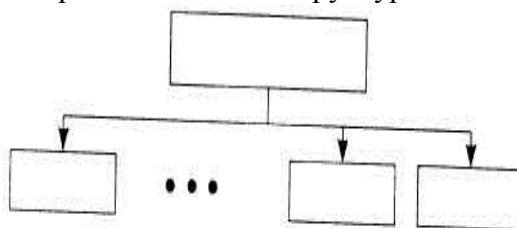
Для руководителя

Преимущества делегирования:

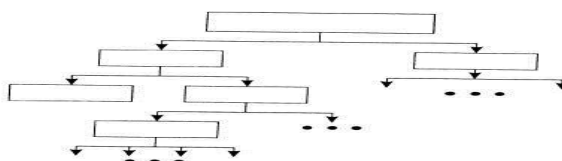
Для подчиненных

**Задание 3.** Заполните пропуски на рисунке на примере рекламных агентств..  
Опишите преимущества и недостатки различных типов организационных структур с точки зрения делегирования полномочий

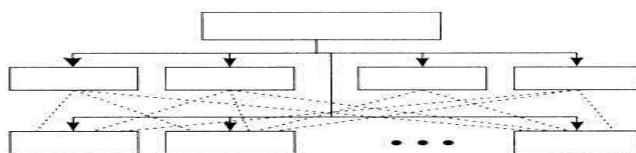
ЗАДАНИЕ 1. Патриархальная организационная структура.



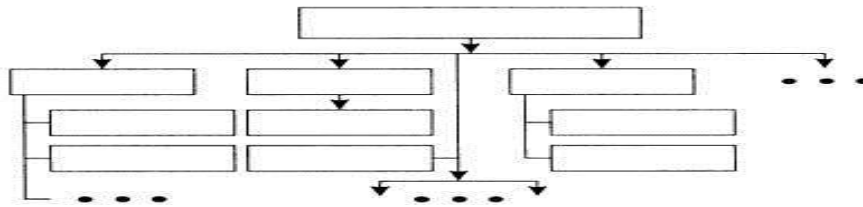
ЗАДАНИЕ 2. Линейная организационная структура.



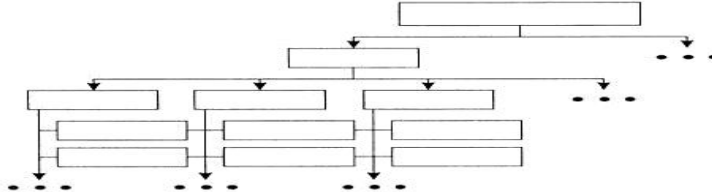
ЗАДАНИЕ 3. Функциональная организационная структура (пунктиром обозначены функциональные связи).



ЗАДАНИЕ 4. Линейно-функциональная организационная структура.



ЗАДАНИЕ 5. Матричная организационная структура.



ЗАДАНИЕ 6. Дивизиональная организационная структура.

**Критерии оценки:**

За правильное выполнение задания – 1 балл

За неправильное выполнение задания – 0 балл

**Задание 4. Ответьте на вопросы теста**

Укажите наиболее точные ответы.

1. Организационная структура — это:
  - а) перечень основных отделов организации;
  - б) состав и соподчинение подразделений организации;
  - в) графическое изображение организации;
  - г) все вышеуказанное.
2. Организационная структура современной организации формируется исходя из:
  - а) знания основных тенденций в отрасли;
  - б) специфики организации, ее масштабов и принятой стратегии развития;
  - в) денежных возможностей владельцев организации;
  - г) опыта и знаний руководителя.
3. Какое утверждение правильное:
  - а) организационную структуру организации лучше не менять, так как это ведет к хаосу;
  - б) организационную структуру следует менять как можно чаще, чтобы активизировать организацию;
  - в) смена организационной структуры связана с большими затратами времени и средств, поэтому не осуществляется;
  - г) организационная структура не может оставаться неизменной, так как меняется как внешнее окружение, так и внутренние составляющие организации?
4. Дивизиональная структура не может специализироваться:
  - а) по продукту;
  - б) по потребителям;
  - в) по региональному признаку;
  - г) по отраслевому признаку.
5. Основная отличительная особенность матричной организационной структуры связана:
  - а) с лучшим использованием персонала;
  - б) с введением горизонтальных связей;
  - в) с тем, что это первая структура, созданная сознательно;
  - г) с низкими издержками на персонал.
6. Какая из структур позволяет результативно работать в условиях диверсифицированного производства:
  - а) патриархальная;

- б) матричная;
  - в) дивизиональная;
  - г) линейно-функциональная?
7. Какая из структур позволяет результативно работать в условиях, когда особое значение имеет скорость обновления продукции:
- а) патриархальная;
  - б) матричная;
  - в) дивизиональная;
  - г) линейно-функциональная?
8. Какая из структур позволяет результативно работать в условиях централизованной экономики:
- а) матричная;
  - б) линейно-функциональная;
  - в) дивизиональная;
  - г) функциональная.
9. Линейный руководитель:
- а) появился в результате вертикального разделения труда;
  - б) не имеет права подписи;
  - в) отвечает за отдельный аспект управленческой деятельности;
  - г) появился в результате горизонтального разделения труда.
10. Какой тип организационной структуры наиболее широко используется в российской практике:
- а) дивизиональная;
  - б) линейно-функциональная;
  - в) матричная;
  - г) конгломерат?
11. Основное достоинство дивизиональной организационной структуры:
- а) позволяет уделять конкретному продукту столько же внимания, сколько ему уделяет однопродуктовая организация;
  - б) способна быстро реагировать на изменения условий конкуренции;
  - в) заинтересовывает низовые звенья в экономии ресурсов;
  - г) все вышеперечисленное верно.
12. Делегирование — это:
- а) передача задач и полномочий другому лицу, которое берет на себя ответственность за их выполнение;
  - б) поручение подчиненному выполнить конкретный объем работы;
  - в) задание, которое руководитель дает каждому своему подчиненному;
  - г) та помощь, которую работник оказывает своему руководителю.
13. Полномочия — это:
- а) то, что присуще каждой должности;
  - б) ограниченное право использовать ресурсы организации для решения конкретного круга задач;
  - в) право начальника решать за подчиненных;
  - г) возможность распоряжаться другими людьми.
14. Функциональный руководитель:
- а) отвечает за все аспекты деятельности обособленной структурной единицы;
  - б) принимает окончательные решения;
  - в) всегда подчиняется линейному руководителю;
  - г) не имеет права подписи.

За правильный ответ на вопрос выставляется – 0, 5 балл.

За неправильный ответ на вопрос выставляется – 0 баллов.

**Задание 5.** Разработать организационную структуру рекламного предприятия

**Составление организационной структуры предприятия**

Наименование предприятия \_\_\_\_\_

Вид деятельности \_\_\_\_\_

Наименование продукции (работ, услуг) \_\_\_\_\_

Количество работников \_\_\_\_\_ чел. в т.ч.

• административно-управленческий персонал \_\_\_\_\_ чел

• рабочие \_\_\_\_\_ чел.

Удельный вес рабочих в общей численности персонала \_\_\_\_\_ %

Составить схему организационной структуры предприятия, определить ее тип, описать взаимосвязи между отдельными звеньями предприятия.

Описать внешнюю среду данной организации.

**Критерии оценки:**

За правильное выполнение задания – 1 балл

За неправильное выполнение задания – 0 балл

**Тема 1.6. Коммуникации в системе управления**

**Практическое занятие №6.** Эффективность коммуникаций в управлении

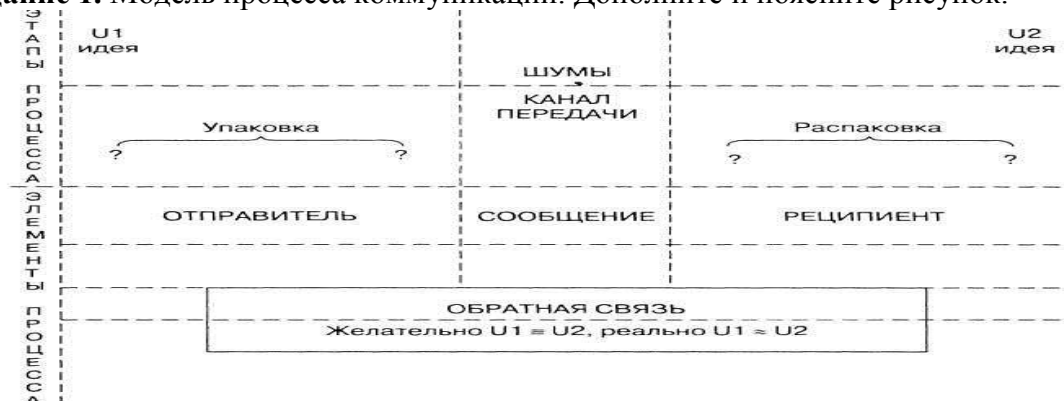
**Внеаудиторная самостоятельная работа №6.** Составление опорного конспекта по теме «Коммуникации и средства массовой информации: возможности и барьеры».

**Проверяемые результаты** У1, У2, У3, З2, З4, З6, З7

**Формируемые компетенции** ПК.4.1, ПК.4.2, ОК.1-10

**Текст задания**

**Задание 1.** Модель процесса коммуникации. Дополните и поясните рисунок.



Время на выполнение: 15 мин.

**Критерии оценки:**

За правильное выполнение задания – 1 балл

За неправильное выполнение задания – 0 балл

**Задание 2.** Заполните схему

## Коммуникационные процессы в организациях

между организацией и ее средой	между уровнями управления и подразделениями	неформальные коммуникации

**Коммуникационный процесс** - это обмен информацией между отдельными людьми или группой лиц. Основная цель коммуникационного процесса - это обеспечение понимания посланного сообщения.

В процессе обмена информацией есть четыре основных обязательных элемента:

- отправитель, лицо, собирающее информацию и передающее ее;
- сообщение, сама информация, представленная в той или иной форме;
- канал, или средства передачи информации;
- получатель, или лицо, которому предназначена информация и который интерпретирует ее.

Приведите пример коммуникационного процесса и его элементов

Отправитель \_\_\_\_\_  
 Информация \_\_\_\_\_  
 Канал передачи \_\_\_\_\_  
 Получатель \_\_\_\_\_

Какую роль в коммуникациях играет обратная связь? \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

**Транзакт** - это любое словесное или бессловесное общение как минимум двух людей. Он может сопровождаться словами, взглядами, пожатием рук и т.д.

За правильное выполнение задания – 1 балл

За неправильное выполнение задания – 0 балл

### Задание 3. Проведение деловой игры «Коммуникационный процесс»

#### Игра 1

Попытайтесь сыграть в игру, описанную ниже. Если вам это удастся легко, то значит, у вас прекрасная механическая память. Запишите одно очко, если без ошибок запомните 5 слов, и прибавьте по одному очку за каждое слово сверх 5 (т.е. 2 очка за 6 слов, 3 - за 7 слов и т.д.). Называется эта игра «Бабушка укладывает свой чемодан».

Число участников не ограничено. Но предположим, что вас трое. Первый игрок говорит: «Бабушка укладывает в свой чемодан... хамелеона». Второй повторяет вводную часть, продолжая: «...хамелеона, подтяжки». Третий: «...хамелеона, подтяжки, мост» и т.д.

Задача упрощается, если играющие выбирают необычные вещи, которые на самом деле невозможно положить в чемодан (потому их легче запомнить). Первым из игры выбывает тот, кто не сможет повторить предметы в должном порядке или пропустит хотя бы одно слово.

#### Игра 2

Вторая игра связана с повседневной ситуацией. Представьте себе, что вам надо сделать покупки; в предварительно составленном списке есть следующее: «В булочной купить: хлеб, тесто, пирожное, печенье...; в мясном отделе: котлеты, цыпленка, сосиски, колбасу...; в бакалейном: сахар, вермишель, растительное масло, спички...». В эту игру вы можете играть и самостоятельно. Прочтите составленный вами список 5 раз (не больше и не меньше), отложите в сторону, постарайтесь написать слова по памяти, а потом сверьте со старым списком. В списке должно быть не менее 12 предметов.

Запишите себе 10 очков за безошибочный перечень предметов и вычтите из 10 по 1 очку за каждую ошибку или нарушение очередности перечисления продуктов.

### Игра 3

Третья игра называется «Помните ли вы?». Постарайтесь быстро, не задумываясь, ответить на каждый из этих вопросов:

1. На какой улице в Лондоне жил Шерлок Холмс?
2. Легко ли вы распознаете голос друга по первым произнесенным им по телефону словам?
3. Где был похоронен Наполеон?
4. Как называется резиденция английской королевы?
5. Каково значение числа «Пи» (с точностью до четырех десятичных знаков)?
6. Как зовут второго советского космонавта?
7. Могли бы вы прочитать стихотворение или басню, которые учили еще в школе?
8. Назовите имя и отчество поэта Тютчева?
9. В каком году были выведены советские войска из Афганистана?
10. Способны ли вы вспомнить остроты, услышанные неделю назад?

А теперь запишите по два очка:

- за каждый верный ответ на вопросы 1, 3, 4, 5, 6, 8, 9 (ответы на них даны в конце);
- за каждый ответ «Да» на вопросы 2, 7, 10.

Подсчитайте общую сумму баллов.

20 очков. У вас очень хорошая память. Но не слишком ли вы ее эксплуатируете, обременяя мелкими, незначительными деталями, подробностями, о которых лучше было бы забыть.

От 14 до 18 очков. У вас хорошая память. То, что вы кое-что иногда забываете, не беда. Свою память вы легко можете развить, приложив небольшие усилия.

Менее 14 очков. Пожалуй, с вашей памятью, вам стоит пользоваться карманной записной книжкой или завязывать узелки «на память». Но тогда постарайтесь не терять эту книжку и не забывать платок дома!

Ответы на вопросы «Помните ли вы?»:

1 - Бейкер Стрит; 3 - Остров Св. Елены; 4 - Букингемский дворец; 5 - 3,1416; 6 - Герман Титов; 8 - Федор Иванович; 9 - 1989 г.

За активное участие выставляется – 1 балл.

За пассивное выставляется – 0 баллов.

### Тема 1.7 Процесс и методы принятия решений

**Практическое занятие №7.** Решение ситуационных задач по теме «Эффективные управленческие решения».

**Внеаудиторная самостоятельная работа № 7.** Составление таблицы «Основные виды управленческих решений».

**Проверяемые результаты** У1, У2, У3, 34, 36, 37

**Формируемые компетенции** ПК.4.2, ОК.1-10

### Текст задания

#### Задание 1. Производственная ситуация «Привычное место»

Компания «Сатурн» вот уже почти десять лет занималась издательской деятельностью. Все это время во главе фирмы стоял генеральный директор Иван Иванович, уже пожилой, но полный энергии и энтузиазма человека. В 1996 г. он создал это издательство, дав себе слово, что будет издавать только серьезную, научную

литературу и никогда не издаст детектива. И это обещание самому себе он твердо держал на протяжении всего времени.

Книги издательства «Сатурн» нашли своего читателя, и многие институты обращались к Ивану Ивановичу с заказами на издание своих книг. Появились партнеры среди крупных издательств, которые поддерживали «Сатурн» и помогали ему оставаться на плаву. Но, несмотря на значительную поддержку, Иван Иванович всегда придерживался своих принципов и издавал только то, что считал нужным, и так, как хотелось ему, хотя со стороны партнеров были попытки навязать ему свое мнение. В начале своей деятельности Ивану Ивановичу удалось получить в аренду помещение на очень выгодных льготных условиях, пусть небольшое, но расположенное в центре Москвы, недалеко от метро. Помещение было оформлено по-домашнему и создавало теплую, непринужденную обстановку. Все сотрудники издательства чувствовали себя как дома, что хорошо влияло на работу и на атмосферу в коллективе. Необходимость задержаться на работе воспринималась без обид, а иногда и с радостью.

И вот приближалось 10-летие издательства. Все сотрудники, основная часть которых работала в издательстве с самого ее создания, с предвкушением ожидали праздника и уже планировали, как отметить столь знаменательное событие. Только Иван Иванович ходил задумчивый и неразговорчивый. После окончания очередного срока договора аренды потребовалось почти полгода, чтобы оформить все документы на пролонгацию. Получив проект договора, Иван Иванович обратил внимание на то, что срок аренды три года, а не пять, как было раньше. Причина была ему неизвестна, а исполнитель в Москомимуществе пожимала плечами и ссылалась на распоряжение «сверху».

И вот от достоверных источников Иван Иванович узнал, что готовится постановление правительства о приватизации всех помещений. Арендаторам предлагалось выкупить арендуемые ими помещения. В случае отказа помещения «пускались с молотка».

В одном из разговоров с директором крупного издательства Иван Иванович рассказал о своей проблеме. Директор с радостью предложил оказать финансовую поддержку для решения этого вопроса. Казалось бы, теперь все будет хорошо, деньги найдены, издательство сохранит свое привычное место. Но Иван Иванович чувствовал какую-то тревогу. Он понимал, что, если согласиться на эту помощь, ему придется считаться с мнением своего партнера. Время уходило, а предполагаемой суммы на выкуп помещения у Ивана Ивановича не было, да и не могло появиться. Потеря родного помещения все больше беспокоила директора «Сатурна».

**Задание:**

1. Изучить и проанализировать производственную ситуацию «Привычное место».
2. Сформулируйте проблему, с которой столкнулся директор издательства.
3. Определите альтернативы решения и оцените их, заполнив ниже приведенные таблицы.

Иван Иванович соглашается на предложение партнера	
Плюсы:	Минусы:
Иван Иванович откажется от предложения партнера и будет искать другое помещение	
Плюсы:	Минусы:



Издательство закрывается	
Плюсы:	Минусы:
Иван Иванович возьмет кредит в банке и выкупит помещение	
Плюсы:	Минусы:

4. Какие критерии оценки альтернатив можно предложить?

**Задание 2. Срочное решение.**

Международная сеть отелей «IBIS» на территории Германии возглавлял Эрвин Мюллер. Ему подчинялись три директора территориальных отделений. Самое крупное из них, Западное, имело 11 отделений, Восточное — 5 и Центральное — 7. Господин Мюллер отвечал за всю сеть и подчинялся президенту компании.

Сегодня, после 16 часов, он попросил секретаря отменить все встречи, чтобы обдумать план дальнейших действий. В этом полугодии предстояло добиться дополнительной экономии издержек. В такой сфере деятельности, как гостиничный бизнес, очень многое зависит от людей, и потому действовать надо было осторожно.

Западное отделение возглавлял Вилли Шварц, пользующийся авторитетом и любовью со стороны подчиненных. Это не раз удивляло и настораживало г-на Мюллера, поскольку сам он с подчиненными был строг и формально вежлив. Более теплые отношения всегда казались ему неприемлемыми для деловой среды, и он не скрывал этого.

Два дня назад г-н Шварц сообщил ему о том, что получил предложение о работе в другой сети отелей с прибавкой жалования до 17 тыс. евро. Теперь надо было принять решение относительно того, как реагировать на это сообщение.

На должность директора Западного отделения можно было пригласить из Австрии Людвиг Коха. Он работал управляющим одного из лучших отелей компании. Организаторские способности г-на Коха не вызывали сомнений, но вот его вспыльчивость и грубость при общении с подчиненными могли бы серьезно помешать делу и даже привести к убыткам. В этом случае пришлось бы снова искать подходящую кандидатуру; кроме того, Л. Коху надо было платить на 3 тыс. евро больше, чем В. Шварцу.

Альтернативной кандидатурой был Вальтер Крюгер, который был директором самого большого отеля в Германии. Вероятно, он сможет справиться с обязанностями В. Шварца и добиться экономии. Безусловно, г-н Крюгер будет доволен продвижением по службе, тем более что сейчас он получает на 6 тыс. евро меньше, чем г-н Шварц.

Решение надо было принимать срочно, поскольку через три дня В. Шварц должен был дать ответ конкурентам о переходе на работу к ним.

*Представьте схему, отражающую служебное положение всех действующих в ситуации лиц.*

*Определите проблему и альтернативы ее решения.*

*Опираясь на концепцию рационального решения проблем, докажите правильность принятого решения.*

За правильный ответ на задание выставляется – 1 балл.

За неправильный ответ на задание выставляется – 0 баллов.

**Задание 3. Создать таблицу методов управления и дать основные характеристики по следующим видам воздействия:**

1. Основа применения
2. Подходы к реализации

3. Требования к субъекту
4. Организационное воздействие
5. Административное воздействие
6. Материальное воздействие
7. Моральное воздействие.

**Критерии оценки:**

- За правильное выполнение задания – 1 балл
- За неправильное выполнение задания – 0 балл

**Тема 1.8 Мотивация в системе управления рекламным предприятием**  
**Практическое занятие №8.** Выполнение ситуационных заданий на выявление мотивационной структуры личности

**Внеаудиторная самостоятельная работа № 8.** Написание эссе на тему «Менеджер, его место и роль в организации».

**Проверяемые результаты** 31, 32, 33, 34, 36, 37

**Формируемые компетенции** ПК.4.1, ПК.4.2, ОК.1-10

**Текст задания**

**Задание 1. Ответьте на вопросы**

1. Чем отличаются содержательные теории мотивации от процессуальных? Объясните на примере.
2. В чем заключается классическая теория мотивации? В чем ограниченность этой теории? Приведите пример.
3. Раскройте сущность подстегивающего и доверительного подходов к мотивации? Какой подход применяется в основном в японских корпорациях и почему?
4. В чем отличие теории иерархии потребностей от теории двух факторов? Назовите авторов этих теорий.
5. Чем объясняется различие в наборе функций, предложенных классической и количественной школой, современными учебниками по управлению?
6. Охарактеризуйте основные методы управления и определите их роль в системе мотивации

За правильный ответ на вопрос – 1 балл

За неправильный ответ на вопрос – 0 балл

**Задание 2.**

1. Опишите ситуации, в которых сегодня можно эффективно использовать мотивацию типа «кнута и пряника».

2. Какие способы мотивации лучше всего подходят для стимулирования:

- быстрого выполнения задания;
- риска;
- изобретения;
- самостоятельности в работе;
- точности и актуальности;
- новых идей?

3. Внимательно прочитайте описание практической ситуации и ответьте на вопросы.

**Задание 3 Практическая ситуация**

В середине 1990-х гг. в России стало очевидным: примитивные механизмы мотивации не работают, возможности простого материального стимулирования исчерпаны.

Характерным примером является история с медицинскими представителями. Именно в это время на российском рынке появились многочисленные частные фармацевтические компании, которые торговали медикаментами. Остро встал вопрос подбора персонала, имеющего соответствующую квалификацию. Развернув активную деятельность, фирмы набирали большой штат медицинских представителей, которые должны были содействовать продажам фармацевтических препаратов. Эти сотрудники, по сути, были продавцами. Основная задача такого работника заключалась в том, чтобы убедить врачей выписывать рецепты на предлагаемые ими лекарства, а аптеки — заказывать соответствующую продукцию.

Фармацевтические компании отбирали наиболее квалифицированных медицинских работников. Многие обладали учеными степенями, имели большую клиническую практику, могли говорить с врачами и провизорами на профессиональном языке. Новая работа гарантировала существенное (часто десятикратное) увеличение оклада, поэтому от соискателей не было отбоя.

Однако энтузиазм, на первых порах подогреваемый достойным материальным вознаграждением, спустя 3—4 месяцев сменился унынием, а через полгода-год у медицинских представителей начался период глубокой депрессии. Работа в качестве продавца быстро надоела образованным, творческим людям.

Действительно, квалифицированные медики постепенно стали осознавать, что оставили интересную основную профессию, которой долго учились и в которой имели опыт работы. В результате начался отток таких специалистов из торговых компаний.

#### ОТВЕТЬТЕ НА ВОПРОСЫ

1. Насколько велика роль менеджера в создании системы мотивации труда персонала?
2. Какие факторы мотивации (кроме заработной платы) вам известны?
3. Анализируя изложенные причины снижения основного фактора мотивации — денег, предложите свой вариант комплексной системы мотивации труда для медицинских представителей фармацевтической компании. Каким образом менеджеры фармацевтических компаний могут сохранить квалифицированных специалистов?

#### **Задание 3. Решите ситуационные задачи.**

##### **Задача №1 (лидерство)**

Ситуация: Вы работаете менеджером в средней по размеру фирме. В руководимом вами трудовом коллективе, как вам стало известно, имеется неформальный лидер. Данный работник имеет более продолжительный, чем у вас, опыт работы в данной сфере деятельности, стаж его работы превышает ваш почти в два раза. Кроме того, он умеет выслушать других сотрудников, многие идут к нему за советом, а не к Вам.

Вы наметили в ближайшее время расширить сферу деятельности фирмы, провести некоторые изменения в структуре управления. Неформальный лидер, как Вам сообщили, против предстоящих перемен.

1. Разработайте стратегию взаимодействия менеджера и неформального лидера.
2. Выберите одну из альтернатив поведения менеджера:
  - Уволить несогласного лидера;
  - Проигнорировать его мнение;
  - Привлечь на свою сторону;
  - Прочее (обосновать).

##### **Задача №2. (мотивация)**

В Вашем коллективе работают следующие сотрудники:

1. Вероника Матвеевна – старший мастер, 31 год. Очень подвижная женщина, которая постоянно куда-то торопится, бежит, появляется то там, то здесь. Когда она беседует с кем-то, то постоянно меняет позу, вертит что-то в руках, отвлекается,

разговаривает сразу с несколькими людьми. Ее легко заинтересовать всем новым, но она сравнительно быстро остывает. Преобладающее настроение – веселое, бодрое. На вопрос: «Как дела?» – отвечает с улыбкой: «Очень хорошо», - хотя иногда оказывается, что дела и на работе и в личной жизни не так уж хороши. Про свои достижения радостно объявляет всем: «Вот, начальник цеха опять похвалил». Огорчений не скрывает, рассказывает о них, но всегда бодро добавляет: «Это как-то случайно получилось...»; «Это можно исправить». Иногда огорчается, даже плачет, но недолго. Быстро успокаивается и снова смеется. Несмотря на живость и непоседливость, ее легко дисциплинировать, она охотно прислушивается к советам, старается их выполнить. В делах, особенно в трудных, проявляет большую энергию и заинтересованность, крайне работоспособна. Легко сходится с новыми людьми. Ее охотно слушают в коллективе, считают хорошим человеком. Быстро привыкает к новым требованиям.

2. Лев Викторович – бухгалтер, 38 лет. Спокоен, малоразговорчив. Окружающие говорят, что он глуповат, но работает Лев Викторович хорошо: никогда не делает ошибок в расчетах. Обычно не ссорится. Единственная ссора была связана с тем, что однажды, когда он был в отпуске, его стол был вынесен из кабинета и заменен новым. После возвращения из отпуска он в резкой форме потребовал вернуть стол. Требование было удовлетворено, и Лев Викторович успокоился. Сослуживцы считают, что он очень увлечен работой, так как забывает об обеде и не ходит в столовую. Главный бухгалтер уважает его за аккуратность и добросовестность в работе, но говорит, что Лев Викторович необыкновенно упрям, и заставить его выполнить работу, которую он не хочет делать, невозможно.

3. Татьяна Алексеевна – менеджер, 40 лет. Это безгранично увлекающаяся натура. Часто берет работу не по силам, до крайности подвижна. Она в любую минуту готова сорваться с места и «лететь» в любом направлении. Татьяна Алексеевна вспыльчива. Задание понимает сразу, но в работе делает много ошибок из-за торопливости и невнимательности. Она очень инициативна. Всех «засыпает» вопросами. Очень любит, когда ее хвалят и ставят в пример, на критику сердится и может сорваться, а на тех, кто критикует, затаивает злобу.

Вопросы:

1. Какие основные потребности этих людей согласно пирамиде Маслоу?
2. Какими способами Вам следует удовлетворять их потребности?

### **Задача №3. (методы управления)**

Карина, одна из ваших ассистенток, по Вашим советам неоднократно оканчивала курсы повышения квалификации, чтобы иметь комплексное представление о деятельности Вашей службы. После очередной стажировки в других службах банка она вернулась, чтобы занять пост Вашего референта.

Она работает с рвением, согласовывает с Вами каждый свой шаг по всем проблемам, выполняет все Ваши поручения и проявляет повышенный интерес к усовершенствованию работы.

Вы отдаете себе отчет в том, что она еще не достигла совершенства в работе референта и часто проявляет несостоятельность перед определенными проблемами.

Вопросы:

1. Следует ли применять меры наказания к Карине?
2. Какие методы управления будут действенны для повышения эффективности работы Карины?
3. Какие конкретные действия Вы предпримете?

**Задание 4.** Назовите по пять наиболее важных, по вашему мнению, мотиваторов для следующих лиц:

Вас лично в колледже

1. \_\_\_\_\_

2 \_\_\_\_\_  
3 \_\_\_\_\_  
4 \_\_\_\_\_  
5 \_\_\_\_\_

Квалифицированного рабочего:

1 \_\_\_\_\_  
2 \_\_\_\_\_  
3 \_\_\_\_\_  
4 \_\_\_\_\_  
5 \_\_\_\_\_

Служащего в конторе:

1 \_\_\_\_\_  
2 \_\_\_\_\_  
3 \_\_\_\_\_  
4 \_\_\_\_\_  
5 \_\_\_\_\_

Профессионала (врача, юриста, преподавателя )

1 \_\_\_\_\_  
2 \_\_\_\_\_  
3 \_\_\_\_\_  
4 \_\_\_\_\_  
5 \_\_\_\_\_

Неквалифицированного работника

1 \_\_\_\_\_  
2 \_\_\_\_\_  
3 \_\_\_\_\_  
4 \_\_\_\_\_  
5 \_\_\_\_\_

**Задание 5.** Заполните «Лист желаний», обеспечив логику в объяснении ваших желаний и потребностей.

### **ЛИСТ ЖЕЛАНИЙ**

Вещи, которые вам хочется получить в жизни	Какую потребность (потребности) данное желание может удовлетворить	Какая мотивационная теория лучше объясняет выбранные вами потребности
Лист А – краткосрочные желания		
Лист В – долгосрочные желания		

#### **Критерии оценки**

За правильное выполнение задания – 1 балл

За неправильное выполнение задания – 0 балл

#### **Тема 1.9 Стиль руководства.**

**Практическое занятие №9.** Решение ситуационных заданий по теме «Власть и лидерство».

**Внеаудиторная самостоятельная работа №9.** Подготовка доклада на тему «Современные представления о стилях руководства».

**Проверяемые результаты** У2, У3, У4, 32, 33, 34, 36, 37

**Формируемые компетенции** ПК.4.1, ПК.4.2, ПК.4.3, ОК.1-10

### **Текст задания**

#### **Задание 1. Вопросы для обсуждения и повторения**

1. В чем разница между менеджментом и лидерством?
2. Какова взаимосвязь между властью, влиянием и лидерством?
3. Дайте определение власти.
4. Кратко опишите основы власти по Дж. Френчу и Б. Рейвену.
5. Что такое харизма и как ею пользуются лидеры?
6. Что такое разумная вера и как она используется в организациях?
7. Какие факторы среды снизили эффективность традиции как инструмента влияния?
8. В чем ошибочность утверждения лорда Эктона: "Абсолютная власть развращает абсолютно"?
9. Каким образом изменение технологий и размеров организаций повлияло на лидерство и власть в современных организациях?
10. "Цели лидера не должны противоречить ценностям его последователя". Обоснуйте это утверждение.
11. Будучи менеджером низового звена как бы вы могли повлиять на руководство и убедить его принять вашу идею?
12. Как вы понимаете выражение: «кабинет руководителя - это сцена, на которой он должен с успехом выступать каждый день»?
13. Сила порождает и влияние, и власть. Чем они отличаются друг от друга? Приведите примеры из вашей практики.

#### **Задание 2. Упражнение. Различия и тактика должностной власти**

##### **Цели**

1. Исследовать основы власти по различным должностям.
2. Продемонстрировать различия во мнениях об основах власти.

**Фаза 1.**(5 мин.) Индивидуально проранжируйте должности с точки зрения всей власти, которую они должны иметь в своих организациях. Поставьте "1" перед той должностью, которая вы, чувствуете, является наиболее "властной" в указанной организации и "15" - перед должностью, которая, по вашему мнению, наиболее "властная" в данной организации. Не забудьте поставить от "2" до "14" во всех остальных случаях.

- медсестра в больнице;
- ректор в крупном университете;
- генеральный директор в известной фирме;
- техник по мед приборам в больнице;
- специалист отдела кадров в известной фирме;
- профессор в крупном университете;
- оператор ПЭВМ в известной фирме;
- бухгалтер в больнице;
- региональный менеджер по продажам в известной фирме;
- учёный в компании высоких технологий;
- милиционер (полицейский);
- морской прапорщик;
- надомный ремесленник;
- секретарь генерального директора в известной фирме;
- депутат Совета Федерации.

**Фаза 2. (15 мин.)** Которая из должностей, перечисленных выше, должна иметь наиболее “сильные”: право на власть; власть вознаграждения; власть принуждения. Напишите 50 слов объяснения тому, почему вы выбрали каждую из должностей, как наиболее подходящую для каждой из трёх категорий.

**Фаза 3. (10 мин.)** Отберите наименее “властные” должности из своего ранжированного списка и подготовьте краткий перечень источника власти и влияния (через политику в организации), которые могли бы быть использованы для усиления власти в данной должности.

**Фаза 4. (15 мин.)** Преподаватель создаёт малые группы от 4 до 8 студентов для обсуждения результатов в предыдущих трёх фазах упражнения.

**Фаза 5. (5-10 мин.)** Преподаватель заканчивает упражнение, подводя итоги обсуждения и его результатов в малых группах.

Данное упражнение обладает сильным игровым моментом, так как имеет дело с прозрачным значением власти. Концепция двусмысленности оборачивается значительным разбросом мнений в ранжировании студентами должностей с точки зрения их властности. В качестве альтернативы преподаватель может сразу после заполнения листков для ранжирования перейти к дискуссии в классе и разобрать вопросы всех остальных фаз совместно, фиксируя на доске результаты этого обсуждения.

### Задание 3. Характеристики стилей управления.

Заполните свободные места в таблице.

Характеристика	Стиль управления		
	Авторитарный	Демократический	Либеральный
Объект, принимающий решение	Руководитель		
Роль руководителя			
Предмет контроля	Задача		Нормы и правила
Квалификация персонала			Высокая
Характеристика организационной структуры		Адаптивная	

Стили управления. Заполните свободные места в таблице.

Параметры	Авторитарный стиль	Демократический стиль	Либеральный стиль
Подход к принятию решений		Советуется с подчиненным	Ждет указаний руководства или решения совещания
Отношение к подчиненным			Просит, спрашивает
Отношение к инициативе		Поощряет, использует в интересах дела	
Отношение к обучению		Постоянно повышает квалификацию, учитывает критику	Пополняет свои знания и поощряет эту склонность у подчиненных
Отношение к дисциплине		Поддерживает разумную дисциплину, осуществляет дифференцированный подход к людям	Требует формальной дисциплины
Основной метод стимулирования			Различные виды стимулов

### Задание 4. Ситуации для обсуждения

### ***Ситуация 1. Тефлоновый лидер***

Опыт прежних президентов США может привести к интересным открытиям, основанным на анализе их деятельности в целом и рассмотрении стиля их руководства в свете истории. Так, интересным примером служит президентство Рональда Рейгана. Его часто называли «тефлоновым» президентом, так как ни проблемы, ни скандалы не влияли на его репутацию. У него был примечательный стиль руководства, в котором отмечают следующие особенности:

- всегда уделял много внимания способности общаться;
- в любых ситуациях он пытался зарядить аудиторию оптимизмом. Если дела шли плохо, то внимание аудитории акцентировалось на способах улучшения положения;
- определил свои главные цели и продолжал двигаться к ним в течение всего срока пребывания на посту президента. Последовательность поведения позволяла ему не метаться между различными важными целями;
- повторял свои национальные цели снова и снова, поэтому каждый знал, что он собирается делать. Это было важно для его сторонников, которые становились его группой поддержки;
- пытался прийти к компромиссу, когда понимал, что в данном случае ему не удастся достигнуть всего, на что он рассчитывал. Он не попадал в ловушку альтернативы «все или ничего»;
- концентрировал внимание лишь на важнейших вопросах, не отвлекаясь на принятие повседневных решений; предоставлял это тем, кто был в них более опытен;
- во время заседания кабинета поощрял свободное высказывание суждений; если люди были не согласны с большинством, они об этом говорили. Это позволяло Рейгану знакомиться с разными точками зрения на проблему;
- считал, что для руководителя важно окружить себя талантливыми людьми. В таком случае он мог делегировать им полномочия и позволить проводить согласованную политику [76].

#### ***Вопросы для обсуждения ситуации***

Попробуйте объяснить подход Рейгана к руководству на основе поведенческих теорий. Воспользуйтесь в своем ответе цитатами и примерами.

Как можно использовать ситуационные модели руководства для объяснения успешного стиля президента Рейгана?

Был ли Рейган харизматическим лидером? Обоснуйте свой ответ. Что у него общего и чем он отличается от последующих президентов, например от Б. Клинтона и Д. Буша?

### ***Ситуация 2. Контрастные стили***

В течение восьми лет Генри Адамс работал менеджером по производству. Он прошел, все ступени служебной лестницы и был известен как жесткий, но работающий руководитель. Джейн Вейк занимала должность менеджера по производству примерно такой же срок и также прошла все ступени. У Джейн сложилась репутация приятного и работающего руководителя. В течение последних лет руководимые ими отделы были «на голову» выше других шести отделов по конкретным производственным показателям. Этим руководителям удалось добиться успехов, несмотря на их почти диаметрально противоположное отношение к рабочим.

Генри объяснял свой подход следующим образом: «Единственный способ управлять рабочими — это применять жесткий подход, как только они совершают ошибку. Вообще говоря, чтобы держать их в тонусе, я периодически собираю их и устраиваю головомойку независимо от того, заслужили они ее или нет. Если они работают хорошо, то я говорю, что именно за это им платят деньги. Применяя такой подход, единственное, что мне надо, так это просто пройти по своему участку — и люди начинают работать как сумасшедшие».



Джейн объяснила свой метод так: «Я не верю в хорошие отношения с рабочими, как об этом представлено в теории человеческих отношений. Но считаю, что рабочий заслуживает признания и внимания с моей стороны, если он или она хорошо выполняет свою работу. Если человек совершает ошибку, я на него не набрасываюсь. Я полагаю, что мы все можем допускать ошибки. Однако я всегда объясняю, в чем состояла ошибка и что следует предпринять. Как только все сделано правильно, я сообщаю об этом рабочим. У меня нет времени уделять внимание всем, кто работает хорошо, но я стараюсь периодически подходить к тем, кто обычно работает спустя рукава».

Несмотря на то что отдел Генри наряду с отделом Джейн числится в передовиках по объему производства, у него текучесть кадров в три раза выше, чем у Джейн, а данные отдела контроля за качеством свидетельствуют о том, что отдел Генри выполнил нормы качества только дважды за последние шесть лет, в то время как отдел Джейн лишь один раз не выполнил стандарты качества.

### ***Вопросы для обсуждения ситуации***

Оба представленные руководителя имеют схожие трудовые биографии. Как бы вы объяснили различия в их подходе при работе с людьми?

На какие примеры наказания, позитивного и негативного подкрепления вы можете указать в этой ситуации? Какой метод использует Джейн в работе с людьми?

Как вы объясните производственные результаты, текучесть кадров и показатели качества в этих двух подразделениях?

### **Критерии оценки:**

За правильное выполнение задания – 1 балл

За неправильное выполнение задания – 0 балл

## **Тема 1.10 Управление конфликтами и стрессами в рекламной организации.**

**Практическое занятие №10.** Решение ситуационных задач на тему Управление конфликтами

**Внеаудиторная самостоятельная работа № 10.** Подготовка презентации на тему «Стресс, как с ним справиться».

### **Проверяемые результаты 32, 36**

**Формируемые компетенции ПК.4.1, ПК.4.2, ПК.4.3, ОК.1-10**

### **Текст задания.**

**Задание 1.** Ответьте на вопросы теста

#### **1. Конфликт это:**

- а) соперничество между людьми
- б) ситуация, в которой сталкиваются несовпадающие интересы одного или нескольких участников, причем путь и достижение своих целей у них различны
- в) отсутствие согласия между двумя и более людьми
- г) все ответы верны
- д) а + б
- е) б + в

#### **2. Внутри личностный конфликт это конфликт:**

- а) ролевой
- б) межгрупповой
- в) между личностью и группой

#### **3. Компромиссный стиль разрешения конфликта предполагает:**

- а) нахождение общей точки зрения
- б) принуждение

в) уход от проблемы

**5. Разъяснение требований к работе относится к:**

- А) структурным методам разрешения конфликтов
- Б) межличностным методам разрешения конфликтов

**6. Для разрешения конфликта между подразделениями необходимо использовать**

- А) сглаживающие механизмы
- б) координированные и интегрированные механизмы
- в) метод принуждения

**7. Причины конфликтов:**

- а) отсутствие информации
- б) неудовлетворительная организационная структура
- в) различие в целях, распределение ресурсов, взаимозависимость задач.

**8. Дисфункциональный конфликт:**

- а) способствует повышению эффективности организации
- б) препятствует нормальному функционированию организации

**9. Неформальные группы это группы сформированные по:**

- а) по воле руководства для организации производственного процесса
- б) спонтанно как результат на неудовлетворенные индивидуальные потребности

**10. Целевые роли:**

- а) дают возможность отбирать групповые задачи и выделять их
- б) подразумевают поведение, способствующее поддержанию и активизации жизни и деятельности группы

За правильный ответ на вопрос выставляется – 0,5 балл.

За неправильный ответ на вопрос выставляется – 0 баллов.

**Задание 2. Основные причины конфликтов**

**1. Организационные факторы:**

- ограниченность ресурсов, неправильное или несправедливое их распределение;

(привести пример) \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

- несогласованность или противоречивость целей; (привести пример)

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

- нечеткое распределение прав и обязанностей; (привести пример)

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

- противоречие между функциями и фактически осуществляемой деятельностью;

(привести пример) \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

- взаимозависимость задач; (привести пример)

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

- неблагоприятные условия труда. (привести пример)

\_\_\_\_\_

**2. Личностные факторы**

## Текст задания 2

Представьте, что Вы получили отрицательный отзыв руководителя на выполненное задание. Это положило начало межличностному конфликту между Вами и руководителем. Опишите данный конфликт, используя предложенную таблицу.

### Описание конфликта

Термины	Краткое объяснение
Источники или причины конфликта	<i>Причин данного конфликта может быть несколько. Например, Вам не хватило профессионализма для того, чтобы выполнить задание так, как требовал руководитель</i>
Тип конфликта	
Наиболее эффективный стиль разрешения конфликта с Вашей стороны	
Наиболее эффективный стиль разрешения конфликта со стороны руководителя (Ваше мнение)	

## Задание 3

Стресс – это напряженное состояние человека, возникающее в ответ на взаимодействие экстремальных факторов. Перечислите факторы, которые могут вызвать стресс у работников, например, банковской сферы.

Какие Вы знаете индивидуальные способы снятия стресса?

### Проанализируйте ситуацию и ответьте на вопросы.

В организации прошел слух о сокращении штата работников. Коллектив заволновался. Люди, забыв о делах, говорили только об этом. Начались переживания, опасения, интриги, возникли слухи и сплетни.

Наконец до каждого подразделения довели списки увольняемых.

В подразделении, где работала Галина, было 7 человек. Все женщины. Сокращению подлежала начальница пенсионного возраста. Узнав об этом, она пошла к руководителю учреждения и выразила несогласие, заявив, что она работает в этой должности 15 лет и единственная в этом подразделении знает весь процесс работы. Кроме того, у неё на иждивении больной 17-летний сын.

Тогда руководитель решил сократить одну из молодых сотрудниц, которая была принята на работу позже всех. Её проблемы – наличие малолетнего сына и неработающего мужа, во внимание не были приняты. Оставшиеся, конечно, вздохнули с облегчением, хотя никто не считал решение справедливым.

Прошло уже много времени, а прежней доброжелательной атмосферы в коллективе как не бывало. Все недовольные высшим руководством из – за необъективности и непоследовательности в кадровых решениях: почему во главу угла ставят то возраст, то квалификацию, то стаж, то базовое образование.

### Вопросы:

1. Можно ли говорить о конфликте в подразделении? Если да, то охарактеризуйте его. Если, на Ваш взгляд, в подразделении несколько конфликтов, охарактеризуйте каждый.

2. Что можно посоветовать руководителю на случай сокращения штата работников?

3. Что можно посоветовать подчинённым по поводу сокращения кадров?

**Критерии оценки:**

За правильное выполнение задания – 1 балл

За неправильное выполнение задания – 0 балл

**Тема 1.11 Тайм-менеджмент.**

**Практическое занятие №11.** Составление плана работы менеджера по рекламе.

**Внеаудиторная самостоятельная работа №11.** Подготовка реферата на тему «Медиапланирование».

**Проверяемые результаты** У1, У2, У3, У4, З2, З3, З4, З5, З6

**Формируемые компетенции** ПК.4.1, ПК.4.2, ОК.1-10

**Текст задания**

**Задание 1.** Дайте определение понятиям

Самоменеджмент

---

---

Цель самоменеджмента \_\_\_\_\_

---

**Задание 2.** Опишите каждый из пунктов личного плана руководителя:

1. планирование своей работы по управлению

---

---

---

---

2. планирование своего рабочего времени

---

---

---

---

3. планирование работы по самосовершенствованию

---

---

4. планирование качества своей жизни

---

---

---

Ортобиоз - \_\_\_\_\_

Условия ортобиоза (восемь заповедей правильного образа жизни)

---

---

---

---

---

---

---

---

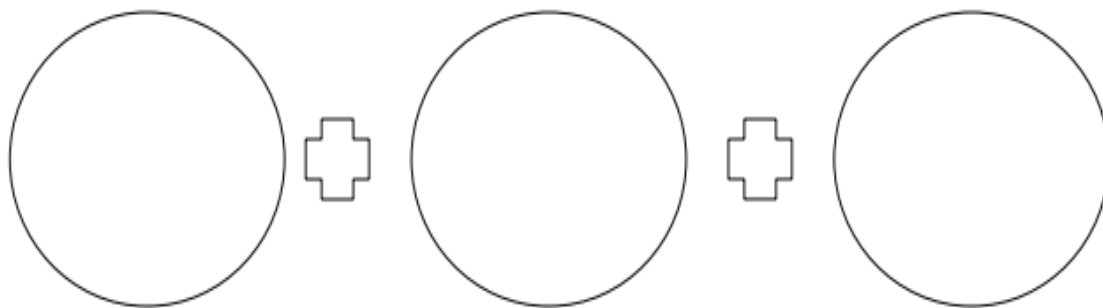
---

Формула выживаемости профессора В. М. Шепеля

---

---

Слагаемые разумного образа жизни:



**Критерии оценки:**

За правильное выполнение задания – 1 балл

За неправильное выполнение задания – 0 балл

**Раздел 2 Экономические основы рекламного менеджмента**

**Тема 2.1 Рекламная организация как экономический субъект**

**Практическая работа №12** Методы определения объекта рекламы

**Внеаудиторная самостоятельная работа № 12** «Методы разработки и планирования дизайн проекта рекламы»

**Проверяемые результаты** У2, У3, У4, З2, З3, З4, З5, З6

**Формируемые компетенции** ПК.4.1, ПК.4.2, ОК.1-10

**Текст задания**

**Задание 1.** Изучите теоретический материал

Объектами рекламы может быть все, что предлагается для реализации на рынке. При этом подразумевается рынок в самом широком смысле слова. В самом общем виде все объекты рекламы можно разделить на две большие категории: товары и услуги. Наиболее часто встречающиеся виды товаров и услуг представлены на рис. 2.1.



Рис. 2.1. «Поле» объектов рекламной деятельности

Наиболее традиционным и привычным объектом рекламы является товар, т.е. продукт, произведенный и предназначенный для продажи. Тот или иной вид товара становится объектом рекламы в силу востребованности его рынком в конкретный период. Товар как рекламный объект может быть пяти видов:

- товары для массового потребителя;
- товары для промышленного использования (включая сырьевые товары);
- заказы государственных учреждений и органов власти;
- заказы политических партий и общественных движений;
- заказы отдельных политиков и рядовых граждан (заказы от физических лиц).

Примерами объектов первого вида могут служить: молочная продукция (компания «Вимм Билль Данн»), мясная продукция (мясокомбинаты «Микоян», «Черкизово»), холодильники и телевизоры («Стинол», «Рубин», «Рекорд»), широкая гамма продовольственных товаров (фирмы «Русский продукт»), автомобили (ВАЗ. ГАЗ), горючесмазочные материалы (Роснефть, «ЛУКойл»).

Ко второму виду объектов рекламы следует отнести сырьевые товары, приборы, машины и оборудование, производимое, например, такими компаниями, как Объединенные заводы «Уралмаш», «Красный пролетарий», «Станколит», «Балтийский завод» и др. Остальные виды объектов рекламы, как правило, используются во время выборов в органы законодательной власти или при выборах исполнительной власти (губернаторы, мэры и т.д.) и в связи с этим носят краткосрочный характер. Имеется в виду реклама отдельных политиков, партий или движений.

Вторая категория объектов рекламы относится к области услуг, предоставляемых потребителям различными фирмами. К ним можно отнести: банковские, медицинские, туристические услуги, автосервис, услуги в сфере быта (прачечные, магазины, ремонтные мастерские), услуги связи и телекоммуникаций, услуги в сфере досуга (театры, кино, клубы, музеи и т.д.), услуги по ремонту и строительству и т.п.

### Задание 2.

**Охарактеризуйте методы рекламирования товаров и приведите конкретные примеры.**

*Например:* 1.Метод «Проблема — решение». При использовании метода в той или иной последовательности реализуется сценарий «проблема — решение». Этот метод может быть реализован как самостоятельно, так и в рамках другого метода.

Микробы в рекламе чистящего порошка Domestos, «возникновение кариеса» (зубная паста «Aquafresh»), «бактерии» (мыло Safeguard), «серый цвет лица» (крем Synergie C), «перхоть» (шампунь «Низорал»), «грязная раковина» (моющее средство Comet), и др.

Противозаконно использование данного метода в том случае, если для увеличения эффекта конкретную проблему нередко «расширяют» до масштаба серьезной угрозы, от чего реклама становится недостоверной и угрожающей.

2. Метод использования положительных и ценностных образов и слов.....
3. Метод «связывания» определенного товара с конкретной потребительской аудиторией.....
4. Метод «использование авторитетов» (talentrelations).....
5. Метод «абсолютизации» объекта рекламы.....
6. Метод приказа.....
7. Метод психологического манипулирования.....
8. Метод шокирования.....
9. Метод «создания контраста».....
- Метод «заигрывания».....

**Задание 3.** Вставьте пропущенные слова (словосочетания, предложения)

1. Реклама –это.....
2. **Объектами** рекламы могут быть .....
3. В самом общем виде все объекты рекламы можно разделить на две большие категории: .....
4. Товар как рекламный объект может быть следующих видов:
  - 1) товары для массового потребителя;
  - 2).....
  - 3).....
6. **Целью** рекламы является .....
7. **Задачи** рекламы.....
8. Основные элементы рекламы.....
9. Рекламодатель — .....
10. Основными функциями рекламодателя являются:.....
11. Потребитель – это .....

**Задание 4.** Заполните таблицу .

**Таблица . Виды рекламной деятельности**

Социальные сферы рекламной деятельности	Предмет рекламы
Экономика	производство, торговля, финансы, предложения рабочей силы, поиски работы
Бытовые услуги	
Интеллектуальные услуги	
Зрелища	
Религия	
Политика	
Юриспруденция	
Наука и экология	

Семейные и межличностные отношения	
Благотворительность	

**Критерии оценки:**

За правильное выполнение задания – 1 балл

За неправильное выполнение задания – 0 балл

**Тема 2.2 Себестоимость, цена и рентабельность – основные показатели деятельности организации**

**Практическое занятие №12.** Анализ технико-экономических показателей предприятия.

**Внеаудиторная самостоятельная работа №12.** Составление плана по разработке рекламного продукта.

**Проверяемые результаты** 31, 32, 33, 34, 36

**Формируемые компетенции** ПК.4.1, ПК.4.2, ОК.1-10

**Текст задания**

**Задание 1.** Оцените технико-экономические показатели деятельности предприятия за два года, рассчитайте недостающие показатели и сделайте выводы о результатах работы предприятия.

В тысячах рублей

Показатель	Предыдущий год	Отчетный год
Выручка от реализации услуг	95839	78360
Среднесписочная численность работников, чел.	53	56
Среднегодовая выработка 1 работающего		
Фонд оплаты труда	15080	16826
Среднегодовой уровень оплаты труда		
Среднегодовая стоимость ОПФ	23473	23257
Фондоотдача, руб/руб.		
Фондоемкость, руб/руб.		
Полная себестоимость услуг	85140	65532
Затраты на 1 руб. реализованных услуг, руб.		
Прибыль от продаж		
Рентабельность, %		
-услуг		
-продаж		
-производства		

**Задание2.** На основе данных Баланса предприятия и Отчета о прибылях и убытках рассчитайте показатели рентабельности, оцените их динамические изменения, укажите резервы роста рентабельности предприятия. Расчетные данные представить в следующей таблице:

Показатель	Предыдущий год	Отчетный год
1 Рентабельность производства, %		
2 Рентабельность продукции, %		
3 Рентабельность продаж, %		
4 Рентабельность основных фондов, %		



5 Рентабельность активов, %		
6 Рентабельность собственного капитала, %		
7 Рентабельность перманентного капитала, %		

**Критерии оценки:**

За правильное выполнение задания – 1 балл

За неправильное выполнение задания – 0 балл

**Тема 2.3 Трудовые ресурсы рекламной организации**

**Практическое занятие №13.** Анализ эффективности использования трудовых ресурсов  
**Внеаудиторная самостоятельная работа № 13.** Составление графика по техническому исполнению рекламного продукта.

**Проверяемые результаты** 31, 32, 33, 34, 36

**Формируемые компетенции** ПК.4.1, ПК.4.2, ОК.1-10

**Текст задания**

**Задание 1.** Дайте определение понятий указанных в колонке 1 (таблица 1), укажите источник информации.

Табл. 1 - Раскрытие понятий на основе информации.

Понятие	Определение	Источник информации
1. Персонал предприятия		
2. Руководители		
3. Специалисты		
4. Служащие		
5. Промышленно-производственный персонал		
6. Непромышленный персонал		
7. Основные рабочие		
8. Вспомогательные рабочие.		

**Задание 2.** Определите показатели использования трудовых ресурсов на основе формул расчета, укажите источник информации. Ответ оформите в таблице 2

Табл. 2 - Основные формулы для расчета показателей использования трудовых ресурсов

Показатели	Формулы расчета	Источник информации
	$K_{пр} = \frac{\text{Количество принятого на работу персонала}}{\text{Среднесписочная численность персонала}}$	
	$K_1 = \frac{\text{Количество уволившихся работников}}{\text{Среднесписочная численность персонала}}$	
	$K_2 = \frac{\text{Количество уволившихся по собственному желанию и за нарушение трудовой дисциплины}}{\text{Среднесписочная численность персонала}}$	
	$K_{отс} = \frac{\text{Количество работников, проработавших весь год}}{\text{Среднесписочная численность персонала}}$	

**Задание 3.** Среднесписочное число работающих на предприятии за отчетный год 6 тыс. человек, в том числе рабочих — 5400, служащих — 600 человек. За истекший год было принято на работу 1000 человек, в том числе рабочих — 920, служащих — 80 человек. За тот же год уволено 700 человек, в том числе рабочих – 650, служащих — 50 человек.

Определите:

- 1) оборот кадров по приему;
- 2) оборот кадров по выбытию;

- 3) общий оборот кадров;
- 4) коэффициент постоянства кадров.

**Задание 4.** Определите выработку продукции на одного работающего в натуральном и денежном вариантах, на основе следующих данных:

- 1) годовой объем выпуска продукции предприятия — 400 тыс. шт.;
- 2) годовой объем валовой продукции — 4 млн руб.;
- 3) среднесписочное число работающих на предприятии — 1000 человек.

**Задание 5.** Дайте определения понятий указанных в колонке 1 (таблица 3), укажите источник информации.

Табл. 3 - Раскрытие понятий на основе информации.

Понятие	Определение	Источник информации
1. Заработная плата		
2. Номинальная заработная плата		
3. Реальная заработная плата		
4. Сдельная оплата труда		
5. Сдельно-премиальная оплата труда		
6. Повременная оплата труда		
7. Повременно-премиальная оплата труда		
8.. Аккордная оплата труда		

**Задание 6.** Определите заработок рабочего за месяц по следующим данным:

- 1) продолжительность смены 8 часов;
- 2) система оплаты труда сдельно-премиальная;
- 3) часовая тарифная ставка 12,8 рублей;
- 4) отработано фактически в течении месяца 22 смены, в том числе 2 смены в выходные и праздничные дни;
- 5) норма выработки 70 изделий за смену, фактически изготовлено за месяц 1850 изделий;
- 6) премия по положению 25 % к тарифу.

**Задание 7.** Определите численность рабочих сдельщиков, на основе следующих данных:

- 1) технологическая трудоемкость производственной программы-по плану составляет-3560 тыс. норма-часов;
- 2) реальный фонд рабочего времени в плановом периоде-225дней;
- 3) реальная продолжительность рабочего дня-7,78часов;
- 4) планируемый коэффициент выполнения норм- 1,2.

**Задание 8.** Рабочий сдельщик заготовил 2000 кг вторичного сырья (расценка за 1 т — 500 руб.). Кроме того, им было реализовано товара на сумму 5250 руб. (премия от суммы продаж составляет 4%). Определите полный заработок рабочего.

**Задание 9.** Часовая ставка инженера — 90 руб. 20 коп. и по условиям договора 30% премии ежемесячно. Он отработал в течение месяца 140 часов. Рассчитайте заработок инженера.

**Задание 10.** Численность персонала предприятия 3000 чел. , в т.ч. 960 основных рабочих и 640 вспомогательных., специалистов 770 человек, остальные руководители. Проведите анализ структуры персонала по категориям работников, определите:

- 1) удельный вес рабочих в общей численности персонала предприятия, %;
- 2) удельный вес служащих и руководителей в общей численности персонала предприятия, %;
- 3) выработку продукции на одного рабочего и одного работающего, если валовая продукция составила 26688 тыс. руб.

**Критерии оценки:**

За правильное выполнение задания – 1 балл

За неправильное выполнение задания – 0 балл

**Тема 2.4 Имущество и капитал.**

**Практическое занятие №14.** Анализ основных и оборотных средств фирмы.

**Внеаудиторная самостоятельная работа № 14.** Подготовка реферата «Основные и оборотные фонды предприятия».

**Проверяемые результаты** 31, 32, 33, 34, 36

**Формируемые компетенции** ПК.4.1, ПК.4.2, ОК.1-10

**Текст задания**

**Задание 13** Рассчитайте недостающие показатели эффективности использования ОПФ и сделайте выводы, назовите резервы роста фондоотдачи:

Показатель	Предыдущий год	Отчетный год
Выручка от реализации продукции, тыс. руб.	22593	28376
Стоимость ОПФ, тыс. руб.	4218	4244
Стоимость активной части ОПФ, тыс. руб.	3346	3055
Удельный вес активной части основных средств в стоимости ОПФ, %		
Численность работающих, чел.	63	65
Численность рабочих, чел.	48	50
Фондоотдача ОПФ (общая), руб./ руб.		
Фондоотдача активной части ОПФ, руб./руб.		
Фондоемкость ОПФ (общая), руб./ руб.		
Фондоемкость активной части ОПФ, руб./руб.		
Фондовооруженность, тыс. руб./чел.		
Техническая вооруженность, тыс.руб. /чел.		

**Критерии оценки:**

За правильное выполнение задания – 1 балл

За неправильное выполнение задания – 0 балл

**Тема 2.5 Планирование деятельности рекламной организации**

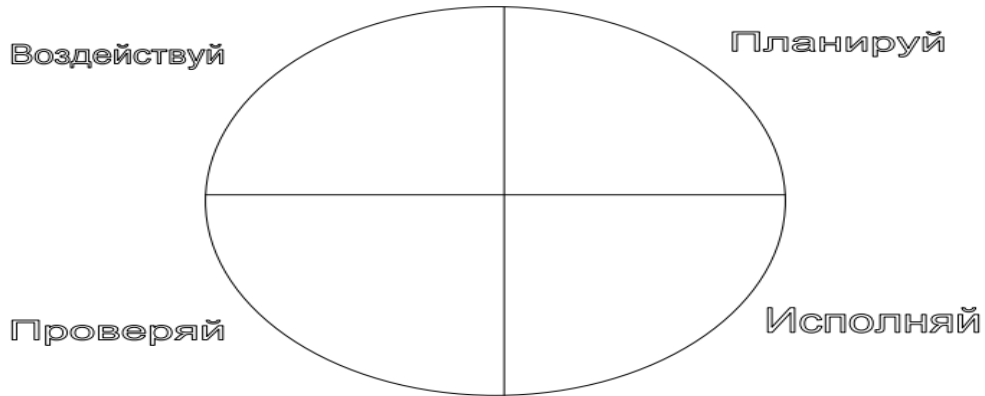
**Практическое занятие № 15.** Стратегическое планирование деятельности рекламной организации.

**Внеаудиторная самостоятельная работа № 15.** Составление графика проведения выставки-ярмарки.

Проверяемые результаты У1, У2, У3, 31, 32, 33, 34, 35, 36  
 Формируемые компетенции ПК.4.1, ПК.4.2, ОК.1-10  
 Текст задания

**Задание 1. Заполните схему**

**1. Заполните схему цикла менеджмента**



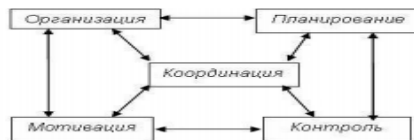
**2. Использование цикла PDCA**

Цикл (Plan - Do - Check - Act) - известная модель непрерывного улучшения процессов.

1. Планирование. \_\_\_\_\_
2. Выполнение. \_\_\_\_\_
3. Проверка. \_\_\_\_\_
4. Действия. \_\_\_\_\_

**Задание 2. Планирование в системе менеджмента**

**Функции менеджмента**



Осуществляя связь между современным состоянием организации и тем, которого она хочет достичь в будущем, **процесс планирования** включает принятие решений о том, **что делать, когда делать и кто будет делать**.

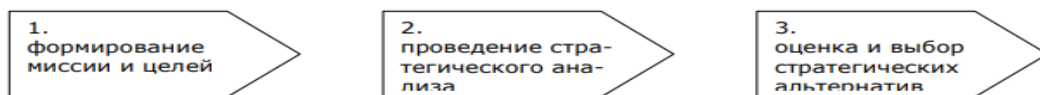
Результатом процесса планирования являются планы.

**План** – это система взаимосвязанных, объединенных общей целью заданий, обеспечивающих реализацию целей производственной системы.

**1. Назовите и опишите принципы планирования**

1.	
2.	
3.	
4.	

**Задание 3. Опишите этапы стратегического планирования**



**1. Формирование миссии и целей**

**Миссия фирмы** \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

**Миссия в широком понимании**  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

**Миссия в узком понимании**  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

**Для чего предприятию нужна миссия?**  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

**Цели организации**  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

**Цели организации должны быть:** 1. \_\_\_\_\_  
 2. \_\_\_\_\_  
 3. \_\_\_\_\_  
 4. \_\_\_\_\_

**Задание 4.** Приведите примеры целей деятельности рекламной организации

Функциональная область	Цель
Финансы	
Производство	
Кадры	
Маркетинг	

**Этапы стратегического планирования**

**1. Проведение стратегического анализа**

Подразумевает оценку стратегического состояния фирмы с учетом факторов:

- внутренней микросреды, полностью контролируемой менеджментом фирмы и включающей подразделения фирмы;
- внешней микросреды (делового окружения), регулируемой менеджментом фирмы и включающей: поставщиков, конкурентов, посредников (торговые фирмы, транспортные компании, специализированные фирмы (реклама, консалтинг), кредитнофинансовые учреждения), клиентуру и контактные аудитории (средства массовой информации, государственные учреждения и органы, широкая публика);
- макросреды (фонового окружения), абсолютно неподконтрольной менеджменту фирмы и включающей: политическое окружение, экономическое окружение, социальное окружение, технологическое окружение.

Цель анализа внешней среды

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Деловая обстановка — вся совокупность элементов внешней и внутренней среды, оказывающих существенное влияние на достижение стратегических целей в деятельности

предприятия на рынке. Для менеджеров очень важно уметь определять и прогнозировать деловую обстановку. От этого зависят не только рост или падение экономических показателей ведения бизнеса, но и безопасность деятельности компании в определенных условиях. Анализ сильных и слабых сторон предприятия (SWOT)

S (Strengths) \_\_\_\_\_

W (Weaknesses) \_\_\_\_\_

O (Opportunities) \_\_\_\_\_

T (Threats) \_\_\_\_\_

Для чего нужен анализ сильных и слабых сторон?

---

---

---

---

---

---

---

---

## 2. Оценка и выбор стратегических альтернатив

Стратегия – комплекс базовых решений, направленных на достижение генеральной цели фирмы и исходящих из оценки рыночной ситуации и собственных возможностей, а также других факторов и сил окружающей среды. Элементы стратегии:

- долговременные цели (планы, программы), определяющие деятельность организации на перспективу (стратегические цели);
- технологии, с помощью которых реализуется достижение стратегических целей;
- ресурсы, которые будут использованы при достижении стратегических целей;
- система управления, обеспечивающая достижение стратегических целей.

После того как руководство сопоставит внешние угрозы и возможности с внутренними силами и слабостями, оно может определить стратегию, которой и будет следовать.

На этом этапе руководство уже ответило на вопрос:

«Каким делом мы занимаемся?» и теперь готово заниматься вопросами:

«Куда мы направляемся?» и «Как мы попадем из точки, где находимся сейчас, в точку, где мы хотим быть?»

## 3. Анализ стратегических альтернатив.

Оценка стратегии. В распоряжении предприятия имеются четыре стратегических альтернативы:

**1. ограниченный рост 2. рост 3. сокращение 4.сочетание этих вариантов.**

1. Ограниченный рост \_\_\_\_\_

---

---

---

---

---

---

---

---

2. Рост. \_\_\_\_\_

---

---

---

---

---

---

---

---

3. Сокращение. \_\_\_\_\_

4. Сочетание \_\_\_\_\_

**Критерии оценки:**

За правильное выполнение задания – 1 балл

За неправильное выполнение задания – 0 балл

**Тема 2.6 Управление ресурсами в рекламной организации.**

**Практическое занятие №16.** Решение ситуационных заданий по теме «Тактическое планирование ресурсов рекламной организации».

**Внеаудиторная самостоятельная работа № 16.** Исследование ценовой политики средств массовой информации.

**Проверяемые результаты** У1, У2, У3, У4, З1, З2, З3, З4, З5, З6, З7

**Формируемые компетенции** ПК.4.1, ПК.4.2, ОК.1-10

**Текст задания**

1. Тактическое планирование Тактическое планирование неразрывно связано со стратегическим планированием, так как там, где используется стратегическое планирование, возникает потребность в тактическом планировании. Тактическое планирование означает уточнение, коррекцию, дополнение, одним словом, конкретизацию стратегии. Тактику можно рассматривать как определенные шаги, ступени по направлению к вершине — общей цели, предусмотренной стратегией.

Укажите различия между стратегическим и тактическим планированием рекламной организации

<b>Характеристика</b>	<b>Стратегическое планирование</b>	<b>Тактическое планирование</b>
<b>Содержание</b>		
<b>Временной интервал</b>		
<b>Лица принимающие решения</b>		
<b>Характер проблем</b>		
<b>Степень регулярности действий</b>		

<b>Количество альтернатив</b>		
-------------------------------	--	--

## 2. Текущее, или оперативное, планирование \_\_\_\_\_

---



---



---



---

### Критерии оценки:

За правильное выполнение задания – 1 балл

За неправильное выполнение задания – 0 балл

### Тема 2.6 Формирование бюджета рекламной кампании.

**Практическое занятие №17.** Составление бюджета рекламной кампании

**Внеаудиторная самостоятельная работа № 17.** Составление договора подряда и сметы на изготовление рекламного продукта.

**Проверяемые результаты** У1, У2, У3, У4, З1, З2, З3, З4, З5, З6

**Формируемые компетенции** ПК.4.1, ПК.4.2, ОК.1-10

### Текст задания

#### Задание 1.

Рассмотрите составляющие цикла менеджмента на примере организации, в которой вы проходили практику. Дайте ваши комментарии по каждой функции, входящей в цикл менеджмента.

**Задание 2.** Проведите расчеты в ниже приведенных таблицах и проанализируйте коммерческую эффективность рекламной кампании. Пропишите исполнителей где будет заказываться данная реклама

Необходимо регулярно оценивать как коммуникативную эффективность, так и коммерческую эффективность рекламной кампании. Ниже приведены затраты на проведение рекламной кампании «Ваши окна».

#### 1.Разработка макета

Вид рекламной продукции (услуги)	Исполнитель	Срок	Сумма
Адаптация билборда 6*3		29.04	1500-00
Адаптация брендмауэра 6*9		4.05	1500-00
Адаптация материалов для торгового зала А1		4.05	1500-00
<b>ИТОГО</b>			=

#### 2.Производство рекламных материалов

Вид рекламной продукции	Материал	Исполнитель	Срок	Сумма (руб)
Печать постера 6*3 20 шт.	бумага		10.05	80 000
Печать баннеров 6*3 2 шт.	баннерная ткань		10.05	12 000
Печать брендмауэра 6*9м	баннерная ткань с люверсам и		10.05	20 000
Печать материалов для торгового зала А1	бумага		10.05	3 850
<b>ИТОГО</b>				=



### 3.Размещение

Вид рекламной продукции (услуги)	Исполнитель	Срок	Сумма в месяц (руб.)
Билборды 6*3м (15 шт)		15.05 – 19.08	450 000-00
Билборды 6*3м (6 шт)		15.05 – 19.08	200 000-00
Билборды 6*3м (1 шт)		15.05 – 19.08	70 000-00
Брандмауэр 6*9м (1 шт)		15.05 – 19.08	102 000-00
ИТОГО			=

Итого:

По наружной рекламе – \_\_\_\_\_ руб.

В т.ч. производство – \_\_\_\_\_ руб.

Размещение – \_\_\_\_\_ руб.

**АУДИО/ВИДЕО ПРОИЗВОДСТВО И РАЗМЕЩЕНИЕ**

Перечень СМИ, рекламных модулей, пакетов

ТВ-каналы. Основные: Росси 1,ТНТ, СТС. Дополнительные: ОРТ, НТВ

### 4. Изготовление/адаптация рекламных роликов, сюжетов

Вид рекламной продукции (услуги)	Исполнитель	Срок	Сумма
Пр-во видеоролика (30 сек.)		12.05	40 200 - 00
Пр-во аудиоролика (30 сек.)		12.05.05	4 650 - 00
Пр-во аудиоролика (30 сек.)		12.05.05	4 650 - 00
Итого			

### 5. Размещение рекламных материалов в соответствии с медиа-планом. Срок с 16 мая по 19 августа

СМИ	Позиционирование	Количество выходов	Цена 1 выхода	Сумма
Россия 1	Спонсор прогноза погоды в Добром утре	136	1806-00	
Россия 1	Проведение розыгрышей в Добром утре	70	0	
Россия 1	Спонсор в Добром утре	40	2250-00	
<b>Итого по Россия 1</b>		=		
ТНТ	Мини-визитка	132	1842-00	
ТНТ	Спонсор прогноза погоды в кино	84	2092-00	
ТНТ	Сюжет	30	3773-00	
<b>Итого по ТНТ</b>		=		
СТС	Хорошая погода	222	1756-00	
СТС	Сюжет «Секрет фирмы»	75	1800-00	
СТС	«Доска почета»	25	2400-00	
<b>Итого по СТС</b>		=		
ОРТ	Мини-визитка	493	340-00	
НТВ	Мини-визитка	328	147-00	
<b>ИТОГО ВСЕГО</b>		=	=	

Итого по аудио/видео:

- Производство \_\_\_\_\_ руб.
- размещение \_\_\_\_\_ руб.

ПОЛИГРАФИЯ, СУВЕРНИНАЯ ПРОДУКЦИЯ

- Виды рекламной продукции
  1. Листовки А6 тираж 50 000 шт.
  2. Листовки «Правила акции» А4 тираж 7 000 шт.
  3. Купоны Участника акции А5 тираж 5 000 шт.
  4. Поздравительные листовки А4 70 шт.
  5. Сертификат А5 70 шт.
  6. Футболки (оранж) 100 шт.

#### 6. Разработки макета

Вид рекламной продукции (услуги)	Исполнитель	Срок	Сумма
Макет листовки А6 (для рассылки, раздачи)		4.05	1 550-00
Адаптация макета листовки «Правила акции» А4		29.04	1 550-00
Адаптация макета Купона участника А5		29.04	1 085-00
Макет Поздравительные листовки А4		06.05	0
Макет Сертификат А5		06.05	0
Макеттермопечати на футболки		4.05	1 550-00
ИТОГО			

#### 7. Изготовление рекламной продукции

Вид рекламной продукции (услуги)	Исполнитель	Срок	Сумма
Листовки А6 (для рассылки, раздачи) (4/1)		15.05	14 800-00
Листовки «Правила акции» А4 (4/4)		11.05	10 300-00
Купоны участника А5 (4/0)		11.05	6 800 - 00
Поздравительные листовки А4		12.05	0-00
Сертификат А5		12.05	0-00
Нанесение тампопечати на футболки 100 шт. (+ носитель)		16.05	30 000 - 00
Итого			

Итого по полиграфии и сувенирам: \_\_\_\_\_ руб.

#### ПЕЧАТНЫЕ СМИ

#### 8. Изготовление и адаптация макета (текста)

Вид рекламной продукции (услуги)	Исполнитель	Срок	Сумма
----------------------------------	-------------	------	-------

Адаптация макета в печатные СМИ		4.05	1 860 - 00
Адаптация макета в СМИ: «Телесемь», «В Кредит», «Все в дом», «Шанс»		4.05	1 000 - 00
Итого			

9. Размещение рекламных материалов, определение частоты выходов в соответствии с медиа-планом. Срок 10.05. – 12.08.

СМИ	Позиционирование	Количество выходов	Цена 1 выхода	Сумма
ввв	2 страница, верх	14	60 000-00	
Телесемь	Внутри	14	15000-00	
Шанс	Внутри	13	25000-50	
В кредит	Поочередно обложки, внутри	13	10000-00	
Все в дом	3 страница, низ	6	35000-00	
Итого				

Итого по печатным СМИ:

в т. ч. производство –

размещение –

#### ДИРЕКТ-МЭЙЛ

- Адресная программа рассылки
- 1. По районам города – 30 000 шт.
- 2. По супермаркетам – 5000 шт.

#### 10. Организация рассылки

Вид рекламной продукции (услуги)	Исполнитель	Срок	Сумма
По почтовым ящикам		1-10 июня	7 500 - 00
По супермаркетам г. Артема		20.05 20.06	6 100-00 6 100-00
Итого			=

Итого директ-мэйл: \_\_\_\_\_ руб.

#### Сводная таблица по расходам на проведение акции «Ваши окна»

<b>НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА</b> Производство	
Размещение	
Итого по наружной рекламе	
<b>АУДИО/ВИДЕО ПРОИЗВОДСТВО И РАЗМЕЩЕНИЕ</b> Производство	

Размещение Итого по аудио/видеопроизводству и размещению	
<b>ПОЛИГРАФИЯ И СУВЕНИРНАЯ ПРОДУКЦИЯ</b> Итого по производству полиграфии и сувениров	
<b>ПЕЧАТНЫЕ СМИ</b> Производство Размещение Итого по производству и размещению	
<b>ДИРЕКТ-МЭЙЛ</b> Итого директ-мэйл	
<b>ВСЕГО за период</b>	

Выводы по  
таблице \_\_\_\_\_

**Критерии оценки:**

За правильное выполнение задания – 1 балл

За неправильное выполнение задания – 0 балл

**Раздел 3. Управление процессом изготовления рекламного продукта и контроль качества**

**Тема 3.1 Процесс принятия заказа. Оформление документов**

**Практическое занятие №18.** Определение особенностей рекламирования выбранного объекта

**Внеаудиторная самостоятельная работа № 18.** Составление таблицы: «Типичные ошибки в процессе выявления потребностей клиента».

**Проверяемые результаты** У2, У3, У4, З5, З6,

**Формируемые компетенции** ПК.4.1, ПК.4.2, ОК.1-10

**Текст задания**

**Задание 1.** Заполните таблицу: «Основные характеристики свойств рекламы»

Свойства	Определение свойств
1) Общественный характер	
2) Способность к увещанию	
3) Экспрессивность	
4) Обезличенность	

**Задание 2.** Заполните таблицу: «Участники рекламного процесса»

Субъекты рекламного процесса	Конкретно (кто?)	Характеристика
Заказчики рекламы		
Рекламная индустрия		
Получатели рекламы		

--	--	--

### Задание 3. Роль рекламы в условиях рынка

ПОЛОЖИТЕЛЬНЫЕ СТОРОНЫ РЕКЛАМЫ	ОТРИЦАТЕЛЬНЫЕ СТОРОНЫ РЕКЛАМЫ
Влияние на экономику	
Способствует росту экономики, капиталовложений и числа рабочих мест.	Расточительность приводит к истощению ресурсов.
Влияние на промышленность	
Влияние на фирму	
Влияние на потребителей	

**Задание 4.** Выберите конкретный объект рекламы и прорекламируйте его в соответствии со следующими критериями: название, актуальность (новизна), каналы распространения, целевая аудитория, значимость.

**Задание 5.** Ответьте на вопросы

1. Перечислите особенности рекламирования выбранного объекта
2. От чего зависит эффективность рекламы?
3. Какие ограничения существуют в рекламе отдельных товаров? Приведите примеры.

**Критерии оценки:**

За правильное выполнение задания – 1 балл

За неправильное выполнение задания – 0 балл

**Тема 3.2 Процесс создания дизайн-макета.**

**Практическое занятие №19.** Определение наиболее эффективных средств распространения рекламы

**Внеаудиторная самостоятельная работа № 19.** Разработка сценария презентации коммерческого предложения.

**Проверяемые результаты** У3, У4, З5, З6

**Формируемые компетенции** ПК.4.1, ПК.4.2, ОК.1-10

**Текст задания**

**Задание 1.** Охарактеризуйте следующие вопросы:

1. Рекламное средство – это
2. Реклама эффективна лишь тогда, когда удовлетворяет следующим требованиям:
3. Функции рекламы
4. Виды рекламы
5. Факторы, влияющие на выбор средства распространения информации (рекламы)

**Задание 2. Заполните таблицу: «Преимущества и недостатки различных средств распространения рекламы»**

<b>Средство рекламы</b>	<b>Преимущества</b>	<b>Ограничения</b>
Радио		
Журналы		
Листовки, брошюры, календарики		
Наружная реклама		

**Задание 3. Решите задачи.**

*Задача 1.* Фирма «Прогресс» является производителем женской одежды, и реализует стратегию интенсивного роста. Реализация стратегии будет осуществляться через привлечение новых пользователей товара. Разработать мероприятия по реализации стратегии роста.

*Задача 2. Разработка эффективного текста рекламы*

Два партнера организовали фирму с небольшим штатом работников, которая занимается изготовлением стульев, канопе и табуретов отличного качества и разных конструкций. Их основные торговые точки - несколько лондонских магазинов. Переехав в новое помещение в пригороде, партнеры решили расширить производство, для чего им было необходимо подыскать новых торговцев в радиусе 100 км от своего предприятия. Они обратились в несколько магазинов в выбранном районе, но большинство из них гораздо меньше лондонских и заинтересованы в рекламе.

Партнеры начинают понимать, какую роль может сыграть реклама в налаживании распределения. После некоторого размышления они осознают, что в то же время она обеспечит им и большую степень контроля над процессом продаж.

Изучив данные о рекламных расценках местных журналов и газет, и выделив значительные средства на типографские работы, партнеры пришли к выводу, что проведение пробной рекламной кампании будет обосновано. Особый интерес для потребителей представляют преимущества предлагаемого товара, включая и методы его производства. Характеризуя продукцию партнеров, можно выделить следующее:

1. типы производимой мебели. Стулья обеденного набора, в том числе резные, двух видов. Кресла для отдыха и канопе трех видов. Табуреты кухонные, для баров и сада;

2. материалы. Лучшие сорта выдержанных тиса, дуба и красного дерева или других пород на заказ. Отборные древесины и фанера тщательно подобраны друг к другу. Обивка из лучших сортов кожи и тканей ручной выработки;

3. дизайн. Модели созданы ведущими промышленными дизайнерами;

4. производство. После машинной обработки каждая деталь проходит тщательную проверку и при необходимости доводится перед сборкой вручную. Каждое изделие перед воцелением или полировкой проверяется специалистами с помощью традиционных методов контроля. Обивка изготавливается ремесленниками, которые также пользуются традиционными приемами труда и материалами. Перед отгрузкой каждое изделие самым тщательным образом проверяется и принимается одним из партнеров;

5. гарантии. За исключением случаев естественного износа, случайного повреждения или преднамеренно неправильного использования каждое изделие имеет гарантию пятилетнего срока службы. Для поддержания репутации производителя изделий исключительного качества, фирма всегда в полной мере выполняет свои гарантийные обязательства.

*Вопросы и задания*

Сформулируйте основополагающие заявления для рекламного сообщения, позволяющие позиционировать товар.

Определите наиболее подходящий слоган для рекламного сообщения.

Напишите текст рекламного сообщения (15-20 строк).

**Задание 4. Решите тест.**

**1. Реклама начала появляться**

А. еще задолго до нашей эры

Б. в средние века

В. в середине 19 века

**2. источником брендовой рекламы были**

А. Геральдические знаки

Б. гербовые печати

В. клейма, которыми метили скот и рабов;

**3. В России ненадлежащая реклама**

А. разрешена с некоторыми ограничениями

Б. запрещена. Ее использование является нарушением законодательства РФ

В. запрещена, но за её использование не наказывают.

**4. Основными целями рекламной кампании НЕ могут быть:**

А. формирование у потребителя эффекта узнавания товара;

Б. формирование у потребителя новых потребностей, что впоследствии приводит к увеличению сбыта товара;

В. формирование у потребителя художественного вкуса

**5. Предметом (объектом) рекламного воздействия являются:**

а) производители товаров и услуг

б) рекламодатели;

в) целевые аудитории

**6. Заказчиком рекламы является:**

а) рекламодатель;

б) рекламное агентство;

в) потребитель.

**7. При каком средстве рекламы обеспечивается личный контакт продавца и покупателя:**

а) реклама в прессе;

б) печатная реклама;

в) реклама на месте продаж;

**7. Рекламой является:**

а) письмо, направленное конкретному адресату с информацией о товаре (услуге) фирмы;

б) выступление по радио руководителя о товаре (услуге) фирмы;

в) сообщение в газете о продаже товара (услуги) фирмы.

**8. Прямая реклама использует следующие формы:**

а) письма, открытки;

б) рекламные ТВ-ролики;

в) рекламный модуль в газете

**9. На стадии подготовки рынка к продажам нового товара задачей рекламы является:**

а) стимулирование покупки;

б) информирование о местах продажи;

в) формирование потенциальных потребителей;

**8. Укажите, какая реклама должна использоваться на стадии насыщения рынка товаром фирмы:**

- а) информативная реклама;
- б) побудительная реклама;
- в) напоминающая реклама;

**9. Сброшюрованное или сфальцованное печатное издание, информирующее о каком-либо конкретном товаре или группе товаров:**

- а) каталог;
- б) буклет;
- в) проспект;

**10. Логотип – это:**

- а) оригинальное графическое изображение, символ, обозначающий (компанию, фирму);
- б) графическая композиция с фирменным названием организации (предприятия, компании);
- в) единый художественно-графический подход к оформлению всей совокупности рекламных материалов.

**11. Рекламный слоган – это:**

- а) сочетание стихотворной формы рекламного обращения и музыкального сопровождения;
- б) краткая фраза, несколько раз повторяющаяся в ходе рекламного сообщения;
- в) краткая, броская, легко запоминающаяся фраза, выражающая суть рекламного сообщения, вызывающая интерес и позволяющая идентифицировать товар или фирму.

**12. Рекламный процесс представляет собой:**

- а) процесс создания рекламной продукции;
- б) комплекс рекламных мероприятий, направленных на какой-либо сегмент рынка;
- в) совокупность фаз движения рекламной информации от рекламодателя к рекламополучателю;

**13. «Эхо-фраза» представляет собой:**

- а) периодически повторяемый набор слов (лозунг, девиз, слоган) для лучшего запоминания текста;
- б) эффектная фраза в начале рекламного сообщения, модификации которой повторяются много раз;
- в) выражение в конце текста рекламного сообщения, повторяющее его заголовок

или

основной мотив;

**14. На информационном листе не размещается:**

- а) фирменный знак;
- б) логотип;
- в) атрибуты адресата.

**15. Сущность рекламной деятельности определяется функциями рекламы:**

- а) увещательное воздействие на человека с целью побудить его приобрести те или иные товары или услуги;
- б) анализ конкурентов;
- в) формирование спроса на продукцию.

**16. В плане-графике рекламной кампании указываются:**

- а) конкретные виды рекламных мероприятий, сроки их проведения, их ориентировочная стоимость и результаты их выполнения;
- б) формы используемой рекламы, тип рекламной кампании, общие затраты на ее проведение, а также показатели ожидаемого эффекта;
- в) перечень рекламных мероприятий, оценки возможных ассигнований на те или иные виды рекламы, конкретные исполнители, вопросы организации текущего контроля исполнения.

**17. Рекламная кампания – это:**



- а) фирма, профессионально занимающаяся рекламной деятельностью;
- б) процесс продвижения рекламной информации от рекламодателя к получателю;
- в) комплекс рекламных мероприятий, разработанных в соответствии с программой маркетинга, объединенных одной целью и направленных на какой-либо сегмент рынка.

**18. По интенсивности рекламного воздействия рекламные кампании подразделяются следующим образом:**

- а) ровные, нарастающие и тотальные;
- б) краткосрочные, специализированные и тотальные;
- в) ровные, нарастающие и нисходящие.

**19. К рациональным формам мотивации рекламы в прессе относятся:**

- а) мотивы прибыльности или выгоды, удобства, здоровья, надежности;
- б) мотивы имиджа, открытия, гордости, любви и радости;
- в) мотивы справедливости, порядочности, защиты окружающей среды;

**20. Целью контроля рекламной деятельности является:**

- а) разработка направлений развития фирмы;
- б) определение оптимальной численности сотрудников фирмы;
- в) определение эффективности расходования средств на рекламу.

**Задание 5.** Напишите ЭССЕ на тему «Роль рекламы в моей жизни».

**Критерии оценки:**

За правильное выполнение задания – 1 балл

За неправильное выполнение задания – 0 балл

**Тема 3.3 Организация процесса изготовления рекламного продукта. Защита авторских прав**

**Практическое занятие №20.** Авторские права и авторские договоры  
**Внеаудиторная самостоятельная работа № 20.** Согласование макета рекламного продукта с заказчиком, корректировка и устранение недостатков

**Проверяемые результаты** У1, У2, У3, У4, У5, 35, 36

**Формируемые компетенции** ПК.4.1, ПК.4.2, ПК.4.3, ОК.1-10

**Текст задания**

1. Изучите вопросы по плану практического занятия.
2. Составьте схему «Виды авторских договоров».
3. Изучите следующие международные конвенции: Бернскую конвенцию по охране литературных и художественных произведений от 09.09.1886; Всемирную конвенцию об авторском праве от 06.09.1952.
4. Изучите постановление Правительства РФ от 19.04.2008 № 285 «Об утверждении правил выплаты автору вознаграждения при публичной перепродаже оригиналов произведений изобразительного искусства, авторских рукописей (автографов), литературных и музыкальных произведений».
5. Изучите п.п. 28-44 постановления Пленума Верховного Суда РФ и Пленума Высшего Арбитражного Суда РФ от 26.03.2009 № 5/29 «О некоторых вопросах, возникших в связи с введением в действие части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации».
6. Изучите содержание авторского договора как сделки и как правоотношения.

*II. План практического занятия с тренингом*

(Форма обучения: очная и заочная)

1. Обсуждение учебных вопросов:

– авторские права;

– защита авторских прав.

## **2. Тренинг по подготовке проектов авторских договоров.**

– определение цели тренинга; разъяснение основных этапов подготовки проектов авторских договоров и их структуры;

– формирование умения формулировать условия авторских договоров: преамбулы договора;

предмета и других существенных условий;

прав и обязанностей сторон по договору;

условия об ответственности сторон.

– подведение итогов.

### **Решение задач.**

*III. Рекомендации по выполнению заданий*

*и подготовке к практическому занятию*

ГК РФ предусматривает, что интеллектуальные права на произведения науки, литературы и искусства являются *авторскими правами* (п. 1 ст. 1255), их перечень закреплен в п. 2 ст. 1255 ГК РФ.

Как и любые другие субъективные гражданские права, авторские права делятся на имущественные и неимущественные. Личные неимущественные права первичны. Они неотчуждаемы, принадлежат только автору, связаны с его личностью.

Необходимо отметить, что ст. 1255 ГК РФ первым в числе авторских прав называет исключительное право на произведение. Это имущественное право. Исключительное право имеет определенный срок действия, который установлен в ст. 1281 ГК РФ.

### **Критерии оценки:**

За правильное выполнение задания – 1 балл

За неправильное выполнение задания – 0 балл

## **Тема 3.4 Управления качеством процесса изготовления рекламного продукта**

**Практическое занятие №21.** Качество как экономическая категория

**Внеаудиторная самостоятельная работа № 21.** Подготовка презентации на тему "Эволюция систем качества"

**Проверяемые результаты** У5, 31, 32, 34, 36

**Формируемые компетенции** ПК.4.1, ПК.4.2, ОК.1-10

### **Текст задания**

**Задание 1.** Вопросы для обсуждения:

1. Философские, социальные, технические, правовые и экономические аспекты категории качество.

2. Значение и сферы приложения управления качеством.

3. Конкурентоспособность, качество и удовлетворенность потребителя.

### **Задание 1. Анализ определений качества**

#### **Таблица Анализ определения "качество"**

Автор	Определение	Аспект качества рассматриваемый в определении

--	--	--

Пользуясь нормативной документацией, материалами сети Интернет подберите не менее 5-10 определений качества и выберите те которые наиболее характерны для оценки качества рекламного продукта.

**Задание 2.** Изучение терминов и определений в области качества

Используя ГОСТ Р ИСО 9000 - 2001 Системы менеджмента качества, основные положения и словарь изучите, определения терминов. Результаты оформить в таблицу

Таблица - Термины и определения в области качества

<b>Термин</b>	<b>Определение</b>
<b>Качество</b>	
<b>Требование</b>	
<b>Удовлетворенность потребителей</b>	
<b>Управление качеством</b>	
<b>Обеспечение качества</b>	
<b>Улучшение качества</b>	

**Критерии оценки:**

За правильное выполнение задания – 1 балл

За неправильное выполнение задания – 0 балл

**Тема 3.5 Контроль качества изготовления рекламного продукта.**

**Практическое занятие №22.** Организация контроля рекламного предприятия  
**Внеаудиторная самостоятельная работа № 22.** Подготовка презентации рекламного продукта

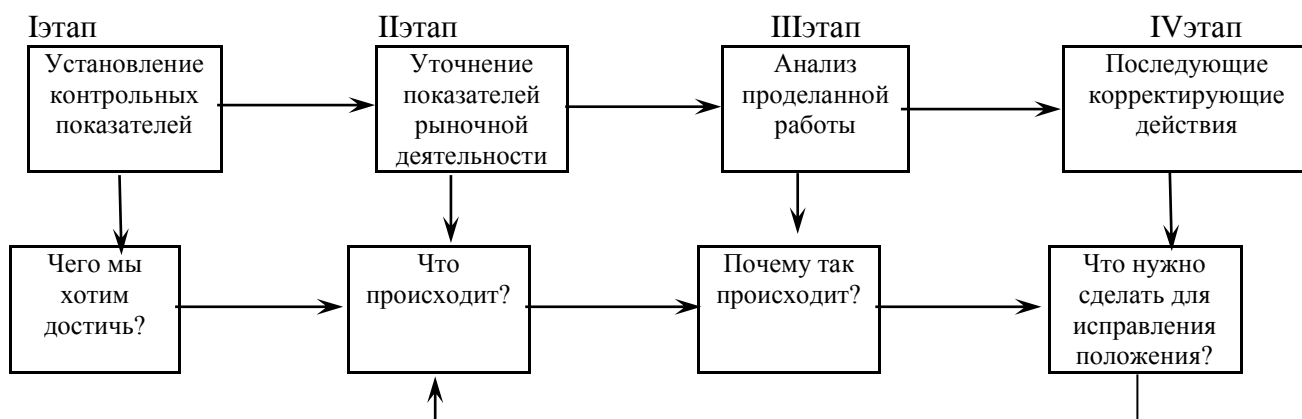
**Проверяемые результаты** У4, 32, 34, 35, 36

**Формируемые компетенции** ПК.4.1, ПК.4.2, ОК.1-10

**Текст задания**

**Задание 1.**

Сейчас особенное значение имеет контроль за выполнением целей организации. Его цель – убедиться в достижении намеченных результатов (запланированных показателей). Контроль осуществляется высшим руководством и руководством среднего звена фирмы. При необходимости принимаются решения по исправлению положения. Процесс контроля за выполнением планов включает следующие этапы.



### Вопросы

1. Какова, по вашему мнению, роль контроля, его совершенствование в коммерческой сфере?
2. Какие особенности организации контроля за деятельностью предприятий коммерческой сферы в целом и за деятельностью его составных звеньев характерных для российской практики?
3. Какие этапы и элементы контроля, по вашему мнению, имеют особенные значения для обеспечения высокого конечного результата работы коммерческих организаций.

За правильный ответ на задание выставляется – 1 балл.

За неправильный ответ на задание выставляется – 0 баллов.

### Задание 2 Характеристики контроля.

По приведенному образцу продолжите заполнение таблицы.

Вид контроля	Сфера использования	Метод	Исполнитель
Предварительный	Обеспечение трудовыми ресурсами	Проверка соответствия квалификации работника требованиям будущей работы Инструктаж и тестирование перед выполнением работы	Отдел кадров или отдел развития персонала  Непосредственный начальник
	Обеспечение сырьем, материалами, комплектующими  Обеспечение финансовыми ресурсами	Входной контроль на основе статистических методов Выбор «постоянного поставщика» с уточнением требований к поставкам Сертификация системы качества поставщика Составление бюджетов	Отдел технического контроля  Планово-бюджетный отдел
Текущий			
Заключительный			

Особенности функции контроля. В таблице сформулированы особенности функции контроля. Заполните свободную колонку по приведенному образцу.

Особенность функции	Форма проявления в практической деятельности
---------------------	--

контроля	
1. Имеет психологический аспект	<p>1. Внутри контроля встроено требование обязательности исполнения, поэтому присутствует давление на исполнителя. Восприятие давления носит индивидуальный характер, поэтому, реализуя контроль, руководитель должен считаться с особенностями личности, т.е. контроль должен носить индивидуальный характер</p> <p>2. Контроль — это профессиональная услуга, которую руководитель обязан оказывать своему подчиненному. Руководитель не имеет права игнорировать функцию контроля, иначе у подчиненного складывается ощущение ненужности выполняемой работы</p> <p>3. Необходимо обсуждать с подчиненным срок и форму контроля при выдаче задания, иначе может стоиться впечатление, что сначала вы доверяли, а теперь решили проверять</p> <p>4. Следует учитывать разнообразие форм контроля: от развернутого отчета о проделанной работе до вопроса на ходу «Как дела?» и выбирать их в соответствии с ситуацией</p>
2. Является парной с функцией планирования	
3. Реализуется всеми членами организации	

### Критерии оценки:

За правильное выполнение задания – 1 балл

За неправильное выполнение задания – 0 балл

### 3.1.23 задания к промежуточной аттестации по МДК.04.01.

**Проверяемые результаты** У1, У2, У3, У4, У5, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37

**Формируемые компетенции** ПК.4.1, ПК.4.2, ПК.4.3, ОК.1-10

### 7 семестр другие формы контроля

#### Вопросы для повторения пройденного материала в форме устного опроса

1. Сущность и содержание теории управления.
2. Эволюция управленческой мысли.
3. Теоретические основы рекламного менеджмента и его современное состояние.
4. Сущность и предмет рекламного менеджмента. Приведите различные трактовки понятия "Менеджмент" и поясните их взаимосвязь.
5. Факторы проектирования и распределение полномочий в рекламной организации.
6. Дайте представление об организации, охарактеризуйте роль менеджеров в организации.
7. Экономика менеджмента. В чем проблема экономики управления, надо ли экономить на управлении и как?
8. Основные положения новой парадигмы управления.
9. От чего зависит эффективность управления. Принципы, определяющие эффективность современного менеджмента.
10. Охарактеризуйте общие функции управления (менеджмента), покажите их взаимосвязь.
11. Как можно оценить эффективность структуры управления?
12. Дайте понятие уровней управления, охарактеризуйте их применительно к конкретной организации.

13. Организационная структура внутрифирменного менеджмента. Состав и функции управленческих подразделений на предприятии: организация общего руководства, линейного и функционального управления, управление различными сферами деятельности.
14. Назовите подходы, школы менеджмента в последовательности их развития; в чем особенности развития российского рекламного менеджмента
15. Понятие, принципы и свойства процесса управления; раскройте его содержание.
16. Власть, влияние, лидерство. Формы власти. Убеждение и участие.
17. Какие положения школы научного менеджмента применяются при управлении современной рекламной организацией.
18. Типология процессов управления, опишите различные типы и области их применения.
19. Теории лидерства. Поведенческий и ситуационный подходы к лидерству. Классификацией стилей лидерства.
20. Функции менеджмента.
21. Понятие, природа, классификация управленческих решений. Рациональное решение проблемы.
22. Развитие взглядов на понятие мотивации. Мотивация и вознаграждение.
23. Для чего нужна классификация целей, по каким критериям она осуществляется. Отличие цели от задачи.
24. Цели в системе управления рекламной организацией. Для чего нужна формулировка общей цели организации.
25. Сформулируйте миссию какой-либо известной Вам рекламной организации и дайте обоснование своего подхода.
26. Какова связь между целями организации и функциями менеджмента.
27. Реализация решений; организационные, материальные и личностные факторы.
28. Контроль в процессе принятия и реализации управленческих решений: сущность, процесс, поведенческие аспекты и характеристика эффективного контроля.
29. Требования к целям; порядок их установления и согласования в организации.
30. Коммуникационный процесс и его влияние на эффективность управления.
31. Как Вы представляете причины появления и суть школы человеческих отношений.
32. Внешняя среда предприятия: значение и характеристика.
33. Проанализируйте особенности системного подхода к управлению.
34. Внешняя среда прямого действия.
35. В чем отличие ситуационного подхода от остальных научных школ и направлений.
36. Внешняя среда косвенного воздействия.
37. Организационные коммуникации и их совершенствование.
38. Внутренняя среда предприятия. Понятие внутренней среды и внутренних переменных.
39. Охарактеризуйте в общем виде один из типов: маркетинговое управление, стратегический менеджмент.
40. Виды рекламы.
41. Каналы распределения рекламы.
42. Рекламная кампания
43. Методы определения объекта рекламы
44. Показатели эффективности деятельности рекламной организации
45. Особенности управления ресурсами рекламной организации
46. Понятие имущества и капитала рекламной организации
47. Характеристика понятий в менеджменте.

## 8 семестр Дифференцированный зачет (компьютерное тестирование)

1. Объектом изучения в теории управления является
  - организация рабочего места
  - организация как социальное устройство
  - деятельность руководителя
  - процесс управления
2. Субъектом в управлении является
  - оборудование
  - технологические процессы
  - менеджер
  - организация
3. Обеспечение гармонии в развитии организации согласование и эффективное функционирование всех внешних и внутренних элементов организации
  - цель
  - задача
  - функция
  - процесс
4. Общие функции менеджмента
  - мотивация координация
  - делегирование
  - формирование целей планирование организация контроль
  - координация делегирование контроль
5. К технологическим функциям менеджмента относятся
  - планирование
  - организация
  - коммуникации
  - делегирование
6. Деятельность, направленная на координацию действий в области финансов, относится к функциональному менеджменту
7. Предприятие работает на условиях самофинансирования и самоокупаемости, используя в управлении методы
  - экономические
  - организационные
  - распорядительные
  - социальные
8. На крупном заводе в бригады люди подбираются по типу личности, начальник цеха руководствуется методами
  - социальными
9. Подразделения организации на каждый месяц составляют смету расходов и доходов, таким образом, руководство организации реализует метод
  - бюджетирования
  - самофинансирования
  - самоокупаемости
  - планирования
10. Развитие критики и самокритики в организации относится к методам
  - воспитательным
  - организационным
  - социальным
  - психологическим

11. С позиций менеджмента цель существования организации заключается в удовлетворении определенных **общественных** потребностей
12. **Организация** – это группа людей, деятельность которых сознательно координируется для достижения общей цели или целей
13. Требования, которым должна соответствовать группа, чтобы считаться организацией
  - наличие хотя бы 2-х человек, которые считают себя частью данной группы наличие у этих людей единой цели
  - наличие у людей единой цели наличие уровней управления
  - наличие минимум 10 человек люди намеренно работают вместе, чтобы достичь цели
  - наличие уровней управления
14. Общие характеристики организации
  - наличие цели
  - наличие группы людей
  - ресурсы зависимость от внешней среды разделение труда
  - необходимость в информации наличие подразделений
15. Спонтанно возникающая группа, где люди вступают во взаимодействие друг с другом регулярно является организацией
  - социальной
  - формальной
  - неформальной
  - регулируемой
16. Разделение всей работы на составляющие компоненты позволяющие организации производить больше продукции, чем люди бы работали самостоятельно, относится к **горизонтальному** разделению труда
17. Отделение работы по координированию действий от самих действий относится к разделению труда
  - горизонтальному
  - функциональному
  - межуровневому
  - вертикальному
18. Подразделения в организации формируются в результате осуществления разделения труда
  - горизонтального
  - функционального
  - межуровневого
  - вертикального
19. Уровни управления формируются в результате разделения организации
  - горизонтального
  - функционального
  - межуровневого
  - вертикального
20. Взаимоотношение уровней управления и функциональных областей построенные так чтобы наиболее эффективно достигать цели организации – это
  - задачи
  - цели организации
  - технология
  - структура организации
21. Норма управляемости определяет
  - количество людей находящихся в подчинении руководителя
  - количество подразделений
  - используемые нормативные документы
  - время на выполнение работы по управлению
22. Логическое взаимоотношение уровней управления и функциональных областей
  - структура организации
  - модель организации
  - внутренние переменные организации
  - схема
23. К общим характеристикам организации не относится
  - зависимость от внешней среды
  - необходимость управления



- организационные коммуникации
  - ресурсы
24. В теории менеджмента степень достижения организацией поставленных перед ней целей является критерием
- оценка содержания труда
  - оптимальность использования трудовых и интеллектуальных ресурсов
  - выбора оптимального решения
  - эффективности системы управления
25. Интеллектуальное осознание стимулов получаемых от ощущений
- восприятие
  - потребности
  - ожидания
  - отношение
26. Субъективное восприятие окружающей среды индивидом
- восприятие
  - потребности
  - ожидания
  - отношение
27. Переменные внутри организации, которые требуют внимания руководства и контролируются им
- поставщики конкуренты
  - потребители структура материалы
  - цели задачи структура технология люди
  - культура поставщики люди задачи
28. Средство преобразования сырья будь то люди материалы информация в искомые продукты и услуги называется
- задача
  - цель организации
  - технология
  - структура организации
29. **Задача** - предписанная работа, которая должна быть выполнена в заранее установленные сроки, заранее оговоренным способом
30. Характеристики внешней среды
- зависимость от потребителей
  - зависимость от поставщиков конкурентов
  - подвижность сложность неопределенность
  - экономические политические факторы
31. К факторам среды прямого воздействия относятся
- подвижность среды неопределенность среды поставщики
  - поставщики потребители конкуренты законы и государственные органы
  - экономические политические технологические факторы
  - поставщики конкуренты
32. Коммуникационный процесс
- связующий процесс состоящий из взаимозависимых шагов
  - движение информации в пределах организации
  - обмен информацией между двумя и более людьми
  - процесс передачи информации от руководителя к подчиненному
33. Элементы коммуникационного процесса
- отправитель сообщение канал кодирование
  - передача получатель сообщение декодирование
  - отправитель сообщение канал получатель
  - идея сообщение отправитель
34. К межуровневым коммуникациям относятся коммуникации
- между подразделениями
  - руководитель – подчиненный
  - по восходящей
  - руководитель – рабочая группа

35. Обратная связь - это
- свидетельство о мере понимания доверия к сообщению усвоения и согласия с сообщением
  - связующий процесс между отправителем и получателем
  - средство передачи информации
  - коммуникационный канал
36. Межличностные барьеры в коммуникациях
- восприятие семантика
  - искажение сообщения некачественная обратная связь
  - информационные перегрузки
  - непреднамеренное искажение информации
37. Организационные преграды - это
- восприятие семантика
  - искажение сообщения некачественная обратная связь
  - информационные перегрузки
  - невербальные преграды
38. Коммуникации, имеющие бессознательную основу
- вербальные
  - невербальные
  - восходящие
  - групповые
39. Неформальным каналом коммуникаций являются
- вертикальные
  - горизонтальные
  - слухи
  - межуровневые
40. Пути повышения организационных коммуникаций
- система сбора предложений
  - установление обратной связи
  - совершенствование невербальных коммуникаций
  - развитие эмпатии и открытости
41. Основные этапы коммуникационного процесса
- кодирование и выбор канала
  - выбор средства передачи информации
  - формулировка сообщения
  - оформление сообщения
42. Согласно теории менеджмента, к примеру формальной коммуникации, можно отнести
- -50%слухи
  - 50%отчет о проведении мероприятия
  - -50%общение на корпоративном мероприятии
  - 50%приказ о внутреннем распорядке
43. Свойством организации, характеризующим ее как систему управления, является
- адаптация
  - взаимосвязь с внешней средой
  - статичность
  - наличие дестабилизирующих факторов
44. Факторы внешней среды, которые непосредственно влияют на деятельность организации формируют
- среду прямого воздействия
45. Сигналы, которые могут затруднить коммуникации если они вступают в противоречие со значением слов
- семантические преграды
  - невербальные символы
  - проблемы восприятия
  - организационные перегрузки
46. Причины неудовлетворительных организационных коммуникаций
- 25%информационные перегрузки

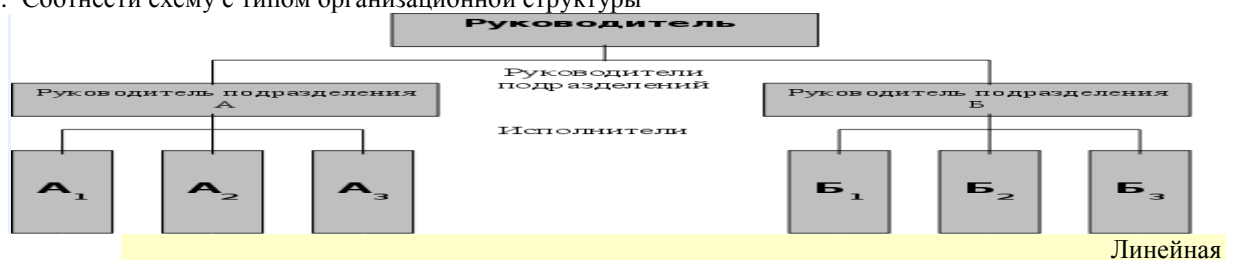
- 25% неудовлетворительная структура организации
  - 25% искаженные сообщения
  - 25% отсутствие организационной культуры
47. Семантика – это наука изучающая  вербальные символы
48. Последовательность коммуникационного процесса
- отправитель, идея, сообщение, получатель
  - сообщение, идея, отправитель, получатель
  - отправитель, сообщение, идея, получатель
  - идея, отправитель, сообщение, получатель
49. Семантические преграды в коммуникациях обусловлены
- восприятием
  - способом использования слов
  - неумением слушать
  - жестами
50. Согласно теории менеджмента, к примеру формальной коммуникации, можно отнести
- -50% слухи
  - 50% отчет о проведении мероприятия
  - -50% общение на корпоративном мероприятии
  - 50% приказ о внутреннем распорядке
51. Согласно теории менеджмента к примеру неформальной коммуникации, можно отнести
- 50% общение на корпоративном мероприятии
  - -50% приказ о внутреннем распорядке
  - -50% объяснительную записку
  - 50% слухи
52. Согласно теории менеджмента к примеру горизонтальной коммуникации, можно отнести
- -50% аналитическую записку
  - -50% приказ о внутреннем распорядке
  - 50% предложение о совместной деятельности
  - 50% предоставление данных для другого отдела
53. Решение - это выбор
- альтернативы
  - действий
  - процедур
  - направлений работы
54. Число возможных альтернатив ограничено и выбор должен быть сделан в пределах направлений, заданных организацией при  запрограммированном решении
55. У вас имеется все для уплаты налогов в установленное время решение, принимаемое вами можно отнести к
- незапрограммированному
  - запрограммированному
  - организационному
  - устному
56. Вы не можете перечислить налоги в установленные сроки из-за отсутствия финансовых ресурсов принятое вами решение можно отнести к
- незапрограммированному
  - запрограммированному
  - организационному
  - устному
57. Показатели, характеризующие варианты решений и используемые для оценки и выбора относятся к
- критериям
  - ограничениям
  - методам
  - правилам

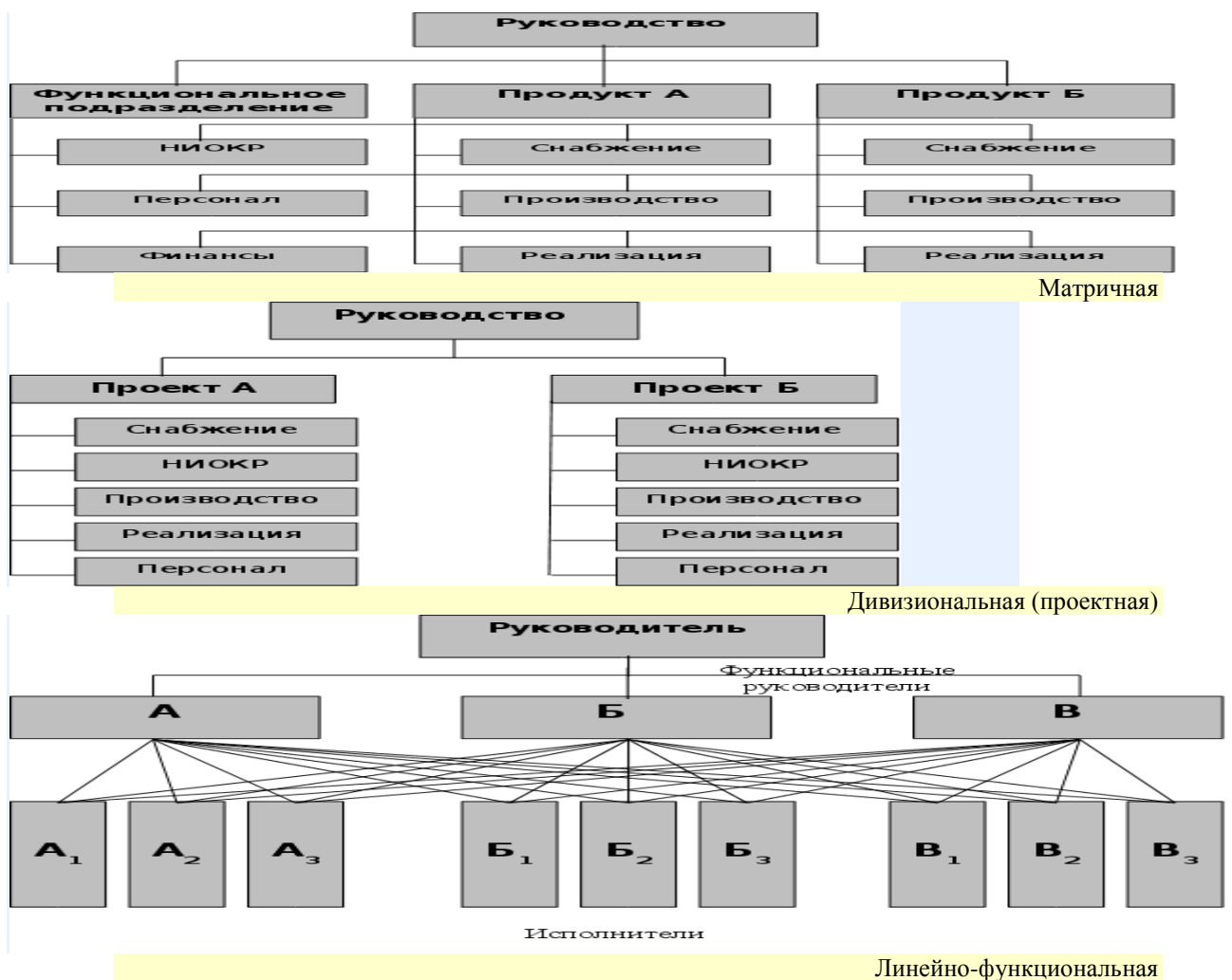
58. Опираясь на здравый смысл, вы выбираете альтернативу, которая принесла успех в прошлом - подход принятия решения
- интуитивный
  - основанный на суждениях
  - рациональный
  - незапрограммированный
59. Относящаяся к конкретной проблеме информация называется
- уместной
  - неуместной
  - релевантной
  - своевременной
60. Результаты ваших решений не являются определенными, но вероятность каждого результата известна данное условие характеризует состояние
- неопределенности
  - определенности
  - риска
  - непредсказуемости
61. Представление объекта системы или идеи в некоторой форме отличной от самой целостности называется
- моделированием
  - имитацией
  - прогнозированием
  - программированием
62. Увеличенное или уменьшенное описание объекта или системы относится к модели
- аналоговой
  - физической
  - математической
  - экспериментальной
63. Организационная структура относится к модели
- аналоговой
  - физической
  - математической
  - экспериментальной
64. График точки безубыточности является моделью
- аналоговой
  - физической
  - математической
  - экспериментальной
65. Руководитель, занятый разработкой долгосрочных планов и формулированием целей находится на уровне управления
- техническом
  - среднем
  - институциональном
  - нижнем
66. Логический процесс представляющий собой ряд последовательных действий относится к рациональному решению
67. Выбор сделанный только на основе ощущения того что он правильный – это решение
- основанное на суждениях
  - незапрограммированное
  - рациональное
  - запрограммированное
68. Ситуация когда поставленные цели не достигнуты
- проблема
  - неопределенность
  - преграда
  - барьер

69. Решения, в которых число возможных альтернатив ограничено
- запрограммированное
  - незапрограммированное
  - интуитивное
  - основанное на суждениях
70. Выбор, обусловленный знанием или накопленным опытом – это решение
- запрограммированное
  - основанное на суждениях
  - рациональное
  - интуитивное
71. Решение, принимаемое в новых ситуациях, когда существует множество вариантов выбора
- интуитивное решение
  - незапрограммированное решение
  - запрограммированное решение
  - основанное на суждениях
72. Укажите последовательность этапов рационального решения
- |   |   |
|---|---|
| Диагноз решения                               | 1 |
| Оценка альтернатив                            | 4 |
| Формулировка ограничений для принятия решений | 2 |
| Выявление альтернатив                         | 3 |
| Окончательный выбор                           | 5 |
73. Условие, в котором результаты решения не являются определенными, но вероятность каждого результата известна называется
- условие неопределенности
  - условие риска
  - условие определенности
  - условия выбора
74. \_\_\_\_\_ условия прогнозирования имеют место, когда известен результат каждого их альтернативных вариантов выбора
- детерминированные
75. Делегирование — это передача задач и полномочий другому лицу, которое берет на себя ответственность за их выполнение
76. Полномочия — это
- то что присуще каждой должности
  - ограниченное право использовать ресурсы организации для решения конкретного круга задач
  - право начальника решать за подчиненных
  - возможность распоряжаться другими людьми
77. Обязанности по выполнению роли и обеспечению авторитета присущее данному месту или должности по достижению цели в соответствии с установленными стандартами
- полномочия
  - ответственность
  - делегирование
  - мотивация
78. Функциональный руководитель
- отвечает за все аспекты деятельности обособленной структурной единицы
  - принимает окончательные решения
  - всегда подчиняется линейному руководителю
  - не имеет права подписи
79. Полномочия, которые передаются непосредственно от начальника к подчиненному и далее к другим подчиненным относятся к
- штабным
  - линейным
  - вертикальным

- функциональным
80. Разложите в правильной последовательности основные разделы должностных инструкций права
- |                            |   |
|----------------------------|---|
| общая часть                | 3 |
| функциональные обязанности | 1 |
| ответственность            | 2 |
| поощрения                  | 4 |
|                            | 5 |
81. Линейный руководитель
- появился в результате вертикального разделения труда
  - не имеет права подписи
  - отвечает за отдельный аспект управленческой деятельности
  - появился в результате горизонтального разделения труда.
82. Суть делегирования состоит
- в установление приоритетов
  - передаче властных полномочий вниз и принятии их менеджером низшего звена
  - передаче ответственности на более низкий уровень управления
  - в доверии к своим подчиненным
  - поручении подчиненному принять какое-либо решение.
83. Право советовать или помогать линейному руководителю относится к полномочиям
- линейным
  - штабным
  - параллельным
  - функциональным
84. Полномочия, связанные с консультированием линейных руководителей, относятся к
- линейным
  - штабным
  - параллельным
  - рекомендательным
85. Организационная структура — это
- 33.333% перечень основных отделов организации
  - 33.333% состав и соподчинение подразделений организации
  - 33.333% графическое изображение организации
  - 33.333% физическая модель организации
86. Организационная структура современной организации формируется исходя из
- знания основных тенденций в отрасли
  - специфики организации ее масштабов и принятой стратегии развития
  - денежных возможностей владельцев организации
  - опыта и знаний руководителя
87. Выберете правильное утверждение
- организационную структуру организации лучше не менять так как это ведет к хаосу
  - организационную структуру следует менять как можно чаще чтобы активизировать организацию
  - смена организационной структуры связана с большими затратами времени и средств поэтому не осуществляется
  - организационная структура не может оставаться неизменной так как меняется как внешнее окружение, так и внутренние составляющие организации
88. Дивизиональная структура не может специализироваться
- по продукту
  - по потребителям
  - по региональному признаку
  - по отраслевому признаку
89. Основная отличительная особенность матричной организационной структуры связана с
- лучшим использованием персонала

- введением горизонтальных связей
  - тем что это первая структура, созданная сознательно
  - низкими издержками на персонал
90. Структура, позволяющая результативно работать в условиях диверсифицированного производства
- патриархальная
  - матричная
  - дивизиональная
  - линейно-функциональная
91. Структура, позволяющая результативно работать в условиях когда особое значение имеет скорость обновления продукции
- патриархальная
  - матричная
  - дивизиональная
  - линейно-функциональная
92. Структура, позволяющая результативно работать в условиях централизованной экономики
- матричная
  - линейно-функциональная
  - дивизиональная
  - функциональная
93. Линейный руководитель
- появился в результате вертикального разделения труда
  - не имеет права подписи
  - отвечает за отдельный аспект управленческой деятельности
  - появился в результате горизонтального разделения труда
94. Тип организационной структуры, наиболее широко используемый в российской практике
- дивизиональная
  - линейно-функциональная
  - матричная
  - конгломерат
95. Основное достоинство дивизиональной организационной структуры
- позволяет уделять конкретному продукту столько же внимания сколько ему уделяет однопродуктовая организация
  - способна быстро реагировать на изменения условий конкуренции
  - заинтересовывает низовые звенья в экономии ресурсов
  - все вышеперечисленное верно
96. Организационная структура, позволяющая быстро приспосабливаться к меняющимся внешним условиям и изменению целевых установок в менеджменте называется
- адаптивной
97. Большим дублированием функций управления вследствие создания схожих по функциям отделов на различных уровнях управления характеризуется \_\_\_\_\_ организационная структура
- функциональная
  - линейно-функциональная
  - проектная
  - дивизиональная
98. Соотнести схему с типом организационной структуры





99. В компании производящей мебель работает 90 человек. Генеральному Директору подотчетно 12 человек. Один из заместителей Генерального его жена - Коммерческий директор. Финансовый директор уехал в отпуск. Его заменяет Главный бухгалтер. Норма контроля (норма управляемости) генерального директора составляет
- 10
  - 11
  - 12
  - 13
  - 90
100. Партисипативная организационная структура основана на системе
- централизации
  - децентрализации
  - делегирования
  - участия
101. В процессе организационного проектирования необходимо учитывать
- 50% внешнюю среду
  - 50% стратегию бизнеса
  - 50% уровень специализации организации
  - 50% месторасположение предприятия
102. Действия и решения предпринятые руководством которые ведут к разработке специфических стратегий предназначенных для того чтобы помочь организации достичь своих целей относятся к планированию
- стратегическому
  - долгосрочному
  - тактическому
  - перспективному
103. Цели организации должны быть
- социально направленными



- соответствовать закону
  - содержательными
  - конкретными измеримыми достижимыми
104. Процесс стратегического планирования начинается с определения
- стратегий
  - миссии организации
  - целей организации
  - политики
105. Социальные и политические факторы относятся к
- непосредственному окружению фирмы
  - внутренней среде
  - внешней среде
  - неконтролируемым факторам со стороны фирмы
106. Управленческое обследование предполагает оценку следующих функциональных зон организации
- маркетинг финансы операции
  - культуру и образ корпорации финансы
  - маркетинг финансы операции человеческие ресурсы культуру и образ корпорации
  - финансы операции
107. Стратегия - это
- детальный всесторонний коллективный план
  - набор действий и решений
  - метод прогнозирования
  - оперативный план
108. Отличительной особенностью стратегии ограниченного роста является
- пассивное поведение фирмы на рынке
  - установление целей от достигнутого, с учетом инфляции
  - предельный размер реализации продукции
  - стабильность экономических подразделений
109. Компонентами формального планирования являются
- тактика политика процедуры правила
  - процедуры
  - правила
  - Тактика политика
110. Правила
- предполагают значительный набор альтернатив при принятии решений
  - предполагают количество альтернатив ограничено зачастую одной
  - определяют общий свод законов поведения фирмы на рынке
  - позволяют лучше контролировать работников
111. Процедура
- точно определяет, что должно быть сделано в специфической единичной ситуации
  - описывает действия, которые могут быть предприняты в конкретной ситуации и их последовательность
  - определяют общий свод законов поведения фирмы на рынке
  - позволяют лучше контролировать работников
112. Бюджет - это метод
- распределения ресурсов выраженных в количественной форме
  - разработки и выбора стратегии
  - анализа внешней среды
  - планирования
113. Метод управления по целям используется
- в области планирования и контроля материальных ресурсов организации
  - способ контроля системы управления
  - метод планирования и контроля в области человеческих ресурсов
  - метод разработки планов

114. Следующим шагом после этапа изучения конструкторской технологической и плановой документации условий производства в процессе оперативного планирования на предприятии будет управление выполнением оперативно-календарных планов (учет контроль анализ стимулирование)
- 4
- выполнение календарно-плановых расчетов и разработка нормативов производственной деятельности
- 3
- разработка номенклатурно-календарных планов выпуска продукции
- 2
- анализ бизнес-плана (тактического плана или производственной программы организации на будущий год)
- 1
115. Объектом **оперативного** планирования является процесс производства изделия в целом.
116. Календарные планы относятся к группе \_\_\_\_\_ планов.
- оперативных
  - целевых
  - тактических
  - стратегических
117. SWOT-анализ предусматривает выявление и подробное рассмотрение
- 25% конкурентных преимуществ
  - 25% сильных сторон фирмы
  - 25% благоприятных возможностей для бизнеса
  - 25% слабых сторон организации
  - 25% угроз для бизнеса
118. Анализ внешней среды — это
- определение демографических тенденций развития
  - учет действия правительства в деятельности организации
  - контроль внешних факторов для определения возможностей и угроз для организации
  - организация работы по анализу рынка сбыта
119. На стратегический выбор организации влияет
- 33.333% мнение и интуиция главы организации
  - 33.333% уровень риска
  - 33.333% фактор времени
  - 33.333% количество людей в организации
120. Цели организации должны быть
- как можно более общими тогда проще отчитаться в их выполнении
  - как можно более близкими тогда проще осуществлять контроль
  - конкретными измеримыми и перекрестно поддерживающимися
  - главное чтобы они не противоречили друг другу
121. Стратегическое планирование
- набор решений и действий, помогающих организации достичь своих целей
  - особый вид долгосрочных планов позволяющих организации знать будущее
  - выбор альтернативы развития
  - определение целей организации на перспективу
122. Основная задача оперативного планирования состоит в том чтобы
- мобилизовать внутренние ресурсы организации
  - не допустить простоев оборудования
  - обеспечить наиболее экономичное выполнение заказов
  - не допустить срывов в выполнении плановых заданий.
123. Бюджетирование, как метод организации планирования
- должен активно осваиваться отечественными организациями как модный элемент западной практики управления
  - должен активно осваиваться отечественными организациями, поскольку позволяет управлять внутренними издержками
  - в отечественной практике не применим из-за различий в учетной политике организаций

- следует применять избирательно поскольку у организаций сложились свои приемы внутреннего планирования.
124. К основным видам контроля осуществляющегося в ходе выполнения работы относятся
- предварительный
  - критериальный
  - заключительный
  - текущий
125. Роль контроля в управлении
- обеспечение достижения организацией своих целей
  - поддержание строгого порядка
  - основа для наказания нерадивых работников
  - метод управления
126. Имеется ли связь между функциями планирования и контроля
- да имеется так как именно планирование конкретизирует цели
  - нет, не имеется так как в управленческом цикле контроль следует за функцией организации а не за планированием
  - все зависит от целей руководителя
  - скорее нет, чем да, так как в основе контроля лежат нормы и стандарты а не планы
127. Выберите Неверное утверждение. Особенность функции контроля состоит в том что
- эту функцию осуществляет только высшее руководство
  - эта функция при реализации требует индивидуального подхода к исполнителям
  - контроль разнообразен по методам реализации и в разных ситуациях должен осуществляться по-разному
  - она является парной и зависит от особенностей принятой системы планирования
128. Контроль это процесс
- с помощью которого анализируются результаты труда
  - помощью которого составляются планы
  - обеспечения достижения организацией своих целей
  - стимулирования повышения производительности
129. Необходимость контроля обусловлена
- неопределенностью и поддержанием успеха
  - систематическим невыполнением плана
  - созданием системы жесткого планирования
  - созданием системы наказаний и поощрений
130. Заключительный контроль осуществляется на выходе из организации
131. Масштаб допустимых отклонений показывает, что система срабатывает
- при наличии незначительных отклонений от стандартов
  - при наличии заметных отклонений от стандартов
  - даже в случае отсутствия отклонений
  - в процедуре контроля не используется
132. Предварительный контроль осуществляется
- на входе в организацию
  - на выходе
  - в процессе производства продукции
  - в ходе отгрузки продукции покупателю
133. Эффективный контроль должен быть
- Жестким
  - ежедневным
  - своевременным, гибким, простым, экономичным
  - регулярным
134. Необходимость контроля обусловлена
- 33.333% неопределенностью внешней среды
  - 33.333% наличием кризисов в организации
  - 33.333% наличием успехов организации
  - -33.333% сложностью внешней среды

135. Для организации текущего контроля необходимо создание системы

- обратной связи
- финансовой отчетности
- маркетинговой информации
- планирования

136. Объектами предварительного контроля являются

- 33.333% Люди
- 33.333% финансы
- 33.333% материалы
- 33.333% технологии

137. Функции заключительного контроля

- 50% предоставление информации для планирования
- 50% предоставление информации для поощрений и наказаний
- 50% поддержание мотивации
- 50% проверка работы подчиненных

138. Процесс побуждения себя и других людей к достижению личных целей и целей организации

- мотивация
- организация
- контроль
- планирование

139. Потребность быть принятым в коллективе получить доброжелательное отношение людей относится к **социальным** потребностям

140. Ф. Герцберг предложил модель мотивации выделив две группы факторов

- потребность власти и успеха
- гигиенические и факторы мотивации
- потребности причастности и потребности власти
- факторы мотивации и успеха

141. Субъективная оценка и сравнение своего вознаграждения с тем что получили другие сотрудники за аналогичную работу происходит в рамках теории

- ожидания
- справедливости
- иерархической
- вознаграждения

142. А. Маслоу разделил все потребности на **пять** категорий

143. Первичные потребности являются по своей природе

- вторичными
- физиологическими
- приобретаются с опытом
- частичными

144. Автором теории ожидания является

- В. Врум
- Ф. Герцберг
- А. Маслоу
- Портер Лоулер

145. Потребности социальные – это потребности

- приобретенные

146. Потребности по теории Маслоу которые могут быть удовлетворены заработной платой, превышающей минимальный уровень и позволяющий приобрести страховой полис – это потребности

- в безопасности и уверенности в будущем
- физиологические
- в самоуважении
- в самовыражении

147. Стимулы к труду связаны с потребностями человека в уважении со стороны коллектива, в признании его как работника как нравственно одобряемой личности

- социальные
- экономические

- моральные
  - социально-психологические
148. В менеджменте теория мотивации Портера-Лоулера предлагает, что существует взаимосвязь ожиданий и
- 50% уровня вознаграждения
  - -50% потребностей работника
  - 50% восприятия справедливости вознаграждения
  - -50% интересов работников
149. Укажите верную схему мотивационного процесса
- возникновение потребностей – осуществление действий – получение вознаграждения
  - определение направления действий – поиск путей устранения потребностей – осуществление действий за получение вознаграждения
  - осуществление действий – получение вознаграждения – поиск путей устранения потребностей
  - получение вознаграждения- осуществление действия- удовлетворение потребности
150. К содержательным теориям мотивации относятся
- теория ожидания теория МакКлелланда теория справедливости
  - теория Маслоу модель Портера-Лоулера теория Герцберга
  - теория ожидания теория справедливости модель Портера-Лоулера
  - теория Маслоу, теория МакКлелланда, теория Герцберга
151. Укажите потребности, которые удовлетворяются следующими средствами создание системы страхования
- физиологические потребности
  - безопасности
  - принадлежности и причастности
  - признания и самоутверждения
152. Укажите потребности, которые удовлетворяются следующими средствами поощрение создания неформальных групп
- физиологические потребности
  - безопасности
  - принадлежности и причастности
  - признания и самоутверждения
153. Автор теории ожидания
- К. Левин
  - В. Врум
  - Л. Портер и Э. Лоулер
  - С. Адамс
154. Теория утверждающая, что если человек в организации заинтересованно принимает участие в различной внутриорганизационной деятельности то он тем самым получая от этого удовлетворение работает с большей отдачей
- теория равенства
  - теория партисипативного управления
  - теория постановки целей
  - теория ожидания
155. В менеджменте в соответствии с теорией мотивации «Х» МакГрегора мотивация должна осуществляться, опираясь на
- 50% физиологические потребности работника
  - -50% потребность в самоуважении
  - -50% социальные потребности
  - 50% потребности в безопасности
156. Побуждение себя и других к определенной деятельности направленной на достижение личных целей или целей организации – это процесс
- принуждения
  - организации
  - мотивации
  - стимулирования

157. Различают 2 группы теорий мотивации

- 50% содержательные
- 50% процессуальные
- 50% основные
- 50% вспомогательные
- 50% первичные
- 50% вторичные

158. Содержательные теории мотивации основываются на выявлении

- потребностей
- поведения работников
- методов премирования
- способов вознаграждения

159. Процессуальные теории основываются на выявлении

- потребностей
- моделей поведения работников
- методов премирования
- способов вознаграждения

160. Внутреннее вознаграждение дает

- руководитель организации
- сама организация
- учредитель организации

сама работа

161. Внешнее вознаграждение дается

- сотрудниками организации
- организацией где работает сотрудник
- учредителем организации
- самой работой

162. Теория А. Маслоу относится к теориям

- содержательным
- доказательным
- процессуальным
- вспомогательным

163. К первичным (врожденным) потребностям согласно теории А. Маслоу относят

- 50% физиологические
- 50% в безопасности
- 50% уважении
- 50% самовыражении
- 50% социальные

164. К вторичным (приобретенным) потребностям согласно теории А. Маслоу относят

- 33.333% физиологические
- 33.333% в безопасности
- 33.333% уважении
- 33.333% самовыражении
- 33.333% социальные

165. К моральным стимулам относят

- 50% продвижение по службе
- 50% вручение почетных значков
- 50% организация питания сотрудников
- 50% предоставление служебного транспорта

166. Власть – это

- сила
- лидерство
- право и возможность воздействовать на ситуацию или поведение подчиненных
- способность использовать все источники власти

167. Лидерство – это
- личные возможности должностного лица позволяющие принимать участие в разработке определенного круга решений
  - честное соблюдение обязательств нравственных норм
  - способность влиять на индивидов с целью побудить их к активному достижению общей цели
  - возможность выступать перед группой с призывами и определенными угрозами
168. Харизма – это власть, построенная на
- логике действий
  - сложившейся традиции
  - силе личных качеств или способностей лидера
  - принуждении
169. Экспертная власть основана на
- убеждении
  - принуждении
  - знании
  - традициях
170. Власть харизмы основана на власти
- убеждения
  - принуждения
  - знании
  - традициях
171. При использовании власти основанной на вознаграждении следует
- иметь систему жесткого контроля
  - располагать определенными ресурсами
  - полагаться на желание руководителя
  - полагаться на интуицию
172. Совокупность приемов руководства основанных на широком привлечении сотрудников предприятия к процессу подготовки принятия решения – это стиль управления
- демократический
  - либеральный
  - авторитарный
  - пассивный
173. Руководитель систематически поощряет своих работников за результаты труда руководствуясь в процессе управления властью
- законной
  - экспертной
  - вознаграждения
  - принуждения
174. Власть при которой исполнитель верит что влияющий обладает специальными знаниями которые позволяют удовлетворять потребность
- законная
  - экспертная
  - харизмы
  - традиционная
175. К формам влияния относят
- убеждение и участие
  - принуждение и участие
  - убеждение и влияние
  - поведение и ситуация
176. Власть **харизмы** построенная на личных качествах руководителя относится к власти примера
177. Степень зависимости руководителя от подчиненного и подчиненного от руководителя определяется называется **балансом** власти
178. Влияние путем убеждения основано на
- 50%** власти примера
  - 50%** власти эксперта
  - 50%** доверия

- 50%участии
- 179. Убеждение как форма влияния это эффективная передача своей точки зрения
- 180. Влияние через положительное подкрепление – это власть, основанная на
  - принуждении
  - вознаграждении
  - харизме
  - экспертная
- 181. Власть результатом, которой является страх скованность мечь – это власть
  - основанная на принуждении
  - законная
  - эксперта
  - убеждения
- 182. Передача своей точки зрения основанной на власти примера и власти эксперта – это
  - убеждение
- 183. Влияние через страх относится к власти
  - основанной на принуждении
  - эксперта
  - основанной на вознаграждении
  - убеждения
- 184. Влияние через разумную веру относится к власти
  - эксперта
  - законной
  - убеждения
  - через участие
- 185. Примерами влияния через принуждения является
  - 50%отношения подсудимого и судьи
  - 50%отношения политического лидера и его последователей
  - 50%отношения солдата и командира
  - 50%отношения научного руководителя и аспиранта
- 186. Примерами влияния через традиции является
  - 50%отношения между царем и подданными
  - 50%отношения политического лидера и его последователей
  - 50%отношения между артистом его поклонниками
  - 50%отношения между представителем церкви и верующими
- 187. подход к лидерству с позиции личных качеств относится к теории «великих людей»
- 188. Распределение ответственности и разделение власти – это характерно для
  - либерального стиля руководства
  - демократического стиля
  - авторитарного стиля
  - комбинированного стиля
- 189. Способности человека выделяющие его среди остальных дарованные ему природой – это
  - интеллект
- 190. Теория «X» Дугласа МакГрегора относится к оценке
  - либерального лидера
  - демократического лидера
  - авторитарного лидера
  - пассивного
- 191. К основным направлениям в теории лидерства относятся
  - 33.333%подход с позиции личных качеств
  - 33.333%поведенческий подход
  - 33.333%ситуационный подход
  - 33.333%комбинированный подход
- 192. Теория утверждающая что лучшие из руководителей обладают определенным набором общих для всех личных качеств - это
  - теория Курта Левина



- исследования Рэнсиса Лайкерта
  - теория великих людей
  - теория Дугласа МакГрегора
193. К основным стилям руководства относятся
- 33.333% демократический
  - 33.333% авторитарный
  - 33.333% либерально-попустительский
  - 33.333% благосклонно-либеральный
194. Выводы о том, что, во-первых, не существует оптимального стиля руководства, во-вторых оптимальный стиль лидерства меняется в зависимости от ситуации принадлежит
- теории великих людей
  - теории Курта Левина
  - исследованиям Рэнсиса Лайкерта
  - теории Дугласа МакГрегора
195. Из перечисленных стилей не относится к стилям лидерства
- стиль «давать указания»
  - стиль «продавать»
  - стиль «делегирование»
  - «поощрение участия»
196. Автор теории лидерства при которой руководство ориентируется на два альтернативных подхода – «сосредоточенность на работе» и «сосредоточенность на человеке»
- Дуглас МакГрегор
  - Курт Левин
  - Рэнсис Лайкерт
  - Абрахам Маслоу
197. Партиципативный стиль руководства – это
- стиль поддержки
  - инструментальный стиль
  - стиль поощряющий участие
  - стиль ориентированный на достижения
198. Привычная манера поведения руководителя по отношению к подчиненным чтобы оказать на них влияние и побудить их к достижению цели организации - это
- поведенческий подход
  - стиль руководства
  - теория великих людей
  - ситуационный подход
199. Способность к творческому решению проблем встречается часто, а интеллектуальный потенциал среднего человека используется лишь частично - это один из постулатов
- теории X
  - теории Y
  - теории Z
  - теории Курта Левина
200. Автором теории «X» (портрет автократичного лидера) и теории «Y» (портрет демократичного лидера) является
- Дуглас МакГрегор
  - Курт Левин
  - Фредерик Герцберг
  - Теодор Рузвельт
201. Лидер максимально централизует полномочия структурирует работу подчиненных и почти не дает им свободы в принятии решений
- автократичный
  - демократичный
  - либеральный
  - пассивный
202. НЕ относится к чертам эффективного лидера
- уровень интеллекта и знаний

- честность здравый смысл
  - отсутствие инициативности
  - высокая степень уверенности в себе
203. Выберите время года в которое Солнце находится ближе всего к горизонту
- лето
  - осень
  - зима
204. Конфликт, ведущий к повышению эффективности деятельности организации - это конфликт
- межличностный
  - конкуренция
  - функциональный
  - дисфункциональный
205. Конфликт, приводящий к снижению личной удовлетворенности группового сотрудничества и эффективности организации - это
- межличностный
  - конкуренция
  - функциональный
  - дисфункциональный
206. Ролевой конфликт является разновидностью конфликта
- внутриличностного
  - межличностного
  - межгруппового
  - между личностью и группой
207. К межличностным методам разрешения конфликта НЕ относится
- уклонение
  - интеграционный механизм
  - компромисс
  - сглаживание
208. Несогласованность производственных требований с личными потребностями или ценностями приводит к конфликту
- межличностному
  - между личностью и группой
  - внутриличностному
  - групповому
209. Тип конфликта между профсоюзом и администрацией по вопросу льготного проезда в общественном транспорте
- межличностному
  - между личностью и группой
  - внутриличностному
  - групповому
210. Конфликт, в основе которого лежат различные черты характера взгляды цели и ценности – это конфликт
- межличностный
  - между личностью и группой
  - внутриличностный
  - групповой
211. Причины конфликта
- 33.333% перераспределение ресурсов
  - 33.333% взаимозависимость задач
  - 33.333% различия в манере поведения
  - 33.333% отсутствие свободного времени
212. Структурные методы разрешения конфликтов
- 33.333% разъяснение требований к работе
  - 33.333% координация управления
  - 33.333% комплексные цели организации

- -33.333% компромис
213. Межличностные методы разрешения конфликтов
- структура системы вознаграждений
  - интеграция управления
  - разъяснение требований к работе
  - принуждение
214. В сфере управления конфликтами главная задача для менеджера
- уход от конфликта
  - контроль эмоций
  - распознавание конфликта и контроль над ним
  - поиск компромисса
215. Готовность частично поступиться своими интересами надеясь что соперник поступится своими
- метод конкуренции
  - уклонение от конфликта
  - компромисс
  - приспособление
216. Стиль разрешения конфликтов, который считается самым трудным однако позволяет выработать наиболее удовлетворяющее обе стороны решение в сложных конфликтных ситуациях
- конкуренция
  - компромисс
  - уклонение
  - сотрудничество
217. Для исключения конфликтов на новом месте работы необходимыми являются
- -50% справедливое вознаграждение
  - 50% социальная адаптация
  - 50% соответствие специализации
  - -50% перспектива роста
218. К деструктивным последствиям конфликтов относятся
- 33.333% ухудшения психологического климата
  - 33.333% снижения производительности труда
  - 33.333% нарушение сотрудничества и взаимопомощи
  - -33.333% поиск новых решений
219. С позиции менеджмента конструктивный конфликт в организации может иметь следующее последствие
- -50% углубление проблемы
  - 50% разрешение проблемы
  - -50% снижение производительности
  - 50% повышение удовлетворенности
220. К структурным способам разрешения конфликта в теории менеджмента относят следующие из нижеперечисленных
- 50% сотрудничество
  - -50% изменение структуры объекта
  - -50% соперничество
  - 50% нормирование разъяснений целей и требований
221. Столкновение в сфере общения вызванное противоречивыми целями установками и поведением людей – это
- кризис
  - стресс
  - проблема
  - конфликт
222. Конструктивный конфликт приводит к
- 33.333% положительным изменениям в деятельности организации
  - 33.333% увеличению продуктивности деятельности
  - 33.333% возникновению новых импульсов для развития
  - -33.333% возникновению новых конфликтов

- -33.333% отрицательным изменениям в деятельности организации
223. Деструктивный конфликт приводит к
- -50% положительным изменениям в деятельности организации
  - -50% увеличению продуктивности деятельности
  - -50% возникновению новых импульсов для развития
  - 50% ухудшению моральной обстановки в коллективе
  - 50% снижению интенсивности труда
224. Конфликты бывают
- 50% межличностные
  - 50% межгрупповые
  - -50% индивидуальные
  - -50% коллективные
225. Ролевой конфликт относится к
- внутриличностному
  - межгрупповому
  - между личностью и группой
  - межличностному
226. Причины конфликта
- -50% отсутствие информации
  - -50% неудовлетворительная организационная структура
  - 50% различия в целях распределении ресурсов взаимозависимость задач
  - 50% искажение информации
227. Для разрешения конфликта между подразделениями необходимо использовать
- сглаживающие механизмы
  - координационные и интегрированные механизмы
  - метод принуждения
  - метод вознаграждения
228. К межличностным стилям разрешения конфликтов относят
- 33.333% уклонение
  - 33.333% сглаживание
  - 33.333% принуждение
  - -33.333% договоренность
  - -33.333% вознаграждение
229. При таком стиле конфликта человек убежден что не стоит сердиться потому что «мы все – одна команда»
- сглаживание
  - компромисс
  - решение проблемы
  - участие
230. К структурным методам управления конфликтной ситуацией относят
- разъяснение требований к работе
  - мотивация кадров
  - формирование целей
  - участие в правлении

#### **4. Оценка производственной практики (по профилю специальности)**

Целью оценки по производственной практике (по профилю специальности) является оценка профессиональных и общих компетенций; практического опыта и умений.

Оценка по производственной практике (по профилю специальности) выставляется на основании данных аттестационного листа (характеристики профессиональной деятельности обучающегося/студента на практике) с указанием видов работ, выполненных обучающимся во время практики, их объема, качества выполнения в

соответствии с технологией и (или) требованиями организации, в которой проходила практика.

Виды работ <sup>1</sup>	Проверяемые результаты (ПК, ОК, ПО, У)
<b>Раздел 1</b>	
<p><b>Тема 1 Руководитель в системе управления рекламной организацией</b> Изучение видов деятельности организации. Знакомство с перечнем предлагаемых услуг. Изучение работы руководителя рекламного предприятия. Характеристика выполняемых им ролей, Применяемых методов управления. Планирование работы руководителя</p>	ПО01, ПО02, ПО03, ПО04, ПК4.1, ПК.4.2, ПК.4.3, ОК.1-ОК.10
<p><b>Тема 2. Среда рекламной организации</b> Проведение анализа внешней среды организации. Определение основных субъектов рекламного рынка и оценка эффективности коммуникаций с ними рекламной организации. Проведение PEST и SWOT-анализ исследуемой организации</p>	ПО01, ПО02, ПО03, ПО04, ПК4.1, ПК.4.2, ПК.4.3, ОК.1-ОК.10
<p><b>Тема 3. Организационная структура управления рекламным предприятием</b> Анализ существующей организационной структуры рекламной организации. Характеристика эффективности осуществляемых в рамках данной организационной структуры коммуникаций, принятия решений. Распределение полномочий и делегирование ответственности. Изучение должностных инструкций</p>	ПО01, ПО02, ПО03, ПО04, ПК4.1, ПК.4.2, ПК.4.3, ОК.1-ОК.10
<p><b>Тема 4. Мотивация в системе управления рекламным предприятием</b> Тестирование персонала на оценку эффективности сложившейся системы мотивации. Анализ эффективности организации материального стимулирования в организации</p>	ПО01, ПО02, ПО03, ПО04, ПК4.1, ПК.4.2, ПК.4.3, ОК.1-ОК.10
<b>Раздел 2,3</b>	
<p><b>Тема 1. Рекламная организация как экономический субъект</b> Изучение особенностей деятельности рекламной организации. Анализ технико экономических показателей деятельности. Анализ рентабельности.</p>	ПО01, ПО02, ПО03, ПО04, ПК4.1, ПК.4.2, ПК.4.3, ОК.1-ОК.10
<p><b>Тема 2.Трудовые ресурсы рекламной организации</b> Анализ трудовых ресурсов по количественным и качественным критериям. Оценка эффективности использования</p>	ПО01, ПО02, ПО03, ПО04, ПК4.1, ПК.4.2, ПК.4.3, ОК.1-ОК.10
<p><b>Тема 3. Планирование деятельности рекламной организации</b> Изучение применяемых видов планирования. Формирование финансового плана. Анализ выполнения плановых показателей и эффективности использования финансовых и материальных ресурсов рекламной организации</p>	ПО01, ПО02, ПО03, ПО04, ПК4.1, ПК.4.2, ПК.4.3, ОК.1-ОК.10
<p><b>Тема 4. Процесс принятия заказа. Оформление документов.</b> Изучение потребностей заказчиков. Выявление особенностей рекламируемого продукта. Оформление документов</p>	ПО01, ПО02, ПО03, ПО04, ПК4.1, ПК.4.2, ПК.4.3, ОК.1-ОК.10

<sup>1</sup> Указываются в соответствии с разделом 3 рабочей программы профессионального модуля

сопровождающих рекламный заказ. Изучение методов оценки качества рекламных продуктов и применяемых видов контроля	
<b>Тема 5. Процесс создания дизайн-макета.</b> Создание плана-графика проведения рекламной компании предприятия, приложений к отчету. Составление рекламного текста (слогана, заголовка) с учётом концепции, рекламного носителя, приёмов. Разработка и проведение серий промо-акций в АГО. Разработка сценария проведения рекламной компании на основе разработанной концепции Разработка сценария проведения рекламной компании по целевому признаку Подготовка плана проведения рекламной компании на основе территориального признака Подготовка плана проведения рекламной компании на основе интенсивности воздействия	ПО01, ПО02, ПО03, ПО04, ПК4.1, ПК.4.2, ПК.4.3, ОК.1-ОК.10
Защита по производственной практике (по профилю специальности)	ПО01, ПО02, ПО03, ПО04, ПК4.1, ПК.4.2, ПК.4.3, ОК.1-ОК.10

**Форма аттестационного листа  
Характеристика профессиональной деятельности студента во время  
производственной практики (по профилю специальности)**

ФИО \_\_\_\_\_,

обучающийся (-аяся) по специальности **42.02.01 Реклама**

успешно прошел (-ла) производственную практику (по профилю специальности) по

профессиональному модулю **ПМ 04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта**

в объеме \_\_\_\_\_ час. с «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. по «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

в организации \_\_\_\_\_

наименование организации, юридический адрес

Виды и объем работ, выполненные обучающимся во время практики	Качество выполнения работ в соответствии с технологией и (или) требованиями организации, в которой проходила практика

«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. Подпись руководителя практики

Подпись руководителя организации

**5. Контрольно-оценочные материалы для экзамена (квалификационного)**

**5.1. Паспорт**

**Назначение:**

КОМ предназначен для контроля и оценки результатов освоения профессионального модуля **ПМ 04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта**

Программы подготовки специалистов среднего звена по специальности **42.02.01**

**Реклама****5.2. Задание для экзаменуемого****Вариант 1****Проверяемые профессиональные и общие компетенции:**

ПК 4.1 Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.

ПК 4.2 Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.

ПК 4.3 Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.

ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.

**Инструкция**

1. Внимательно прочитайте задание.

2. Рационально распределите время на выполнение задания.

3. Выполняя практическое задание (задание 1) необходимо провести анализ предложенных ситуации и дать полный развернутый аргументированный ответ.

4. Выполняя задание 2,3 необходимо не только заполнить пропуски в схеме, но и пояснить схему дать основные определения.

Время выполнения задания – 90 минут

**Задание 1****Ситуация 1**

Мисс Мариан Моэ, юная 20-летняя дама, работает в отделе рекламы универсального магазина около 3-х лет. Ее главная задача – готовить световые табло, которые затем устанавливаются по всему магазину. Хотя мисс Моэ считает свою работу интересной и сложной, растущая рабочая нагрузка и давление со стороны руководителя отдела воспринимаются ею с неприязнью. В отделе только один человек обладает достаточной информацией, знаком с ее работой и может быть ее ассистентом. Но даже с ассистентом мисс Моэ вынуждена работать

сверхурочно. Несмотря на то, что заказы на световые табло должны поступать не менее чем за 7 дней до их установки, очень часто бывают срочные заказы. Некоторые руководители подразделений уже привыкли давить на нее ради скорейшего выполнения их заказов. Поскольку проблема обострилась, ее руководитель поставил этот вопрос на обсуждение на совещании правления. На несколько недель дело вроде бы улучшилось, но затем число срочных заказов вновь стало медленно расти.

Мисс Моэ любила свою работу и терпела это давление до тех пор, пока в один прекрасный день не обнаружила, что некоторые работники других отделов за менее ответственную работу получают больше, чем она. Такое положение показалось ей совершенно нетерпимым, особенно с учетом сверхурочных, к которым ее вынуждает работа. Она рассчитывала получить отгулы за переработанные часы, однако никогда их не брала, поскольку за время отгула наберется столько заказов, что она их просто не осилит. Чувствуя обиду, мисс Моэ сообщила своему руководителю, что она не сдвинется с места, пока не пересмотрят ее зарплату и не сократят ей нагрузку. Она получила прибавку в 5% и обещание выделить еще одного работника. На какое-то время положение улучшилось, но вскоре нагрузка возросла опять. Через месяц после очередного срочного заказа мисс Моэ подала заявление об увольнении.

*Вопросы:*

1. Какие теории мотивации не учел руководитель мисс Моэ?
2. Определите уровень мотивации мисс Моэ на основе теории ожиданий Врума?
3. Определите, какие потребности были у мисс Моэ, и на какие средства их удовлетворения она рассчитывала?
4. Как бы Вы мотивировали мисс Моэ?

### Ситуация 2

Вы поздно закончили накануне работу, устали и не подготовили, как обычно, план выступления. До начала выступления осталось около 10 минут. Вы неплохо знаете тему, но боитесь того, что на качестве выступления может сказаться усталость. Как Вы поступите?

### Ситуация 3

Вы – руководитель организации. Ваша организация приобрела новую грузовую машину. В отсутствие директора главный механик поручил работу на ней молодому перспективному специалисту. Но эта машина ранее была обещана пожилому, опытному водителю, которого такое решение возмутило. Пожилой водитель поставил директора перед выбором: или ему отдадут машину, или он уходит из организации. Ваши действия?

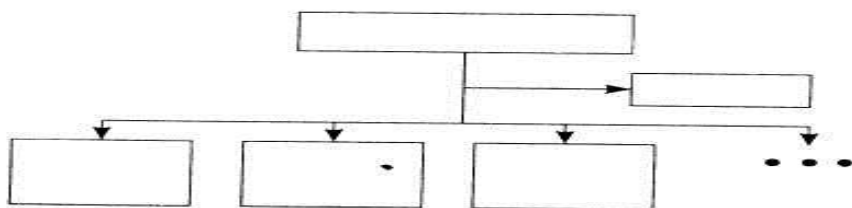
### Ситуация 4

Вы поручаете важное задание компетентному, по Вашему мнению, сотруднику. Но вдруг узнаете о человеке, который более компетентен в этом вопросе и может выполнить данное задание намного лучше.

*Вопросы:*

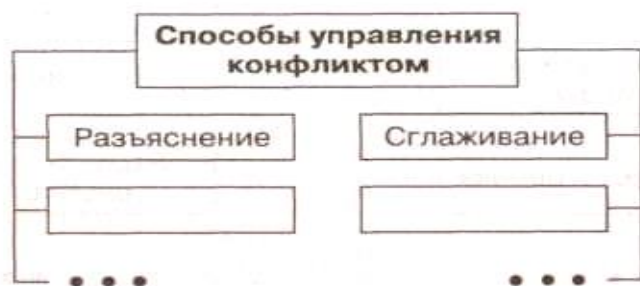
1. В чем заключается проблема?
2. Какие альтернативы решения проблемы можно предложить?
3. Какое единственно верное решение Вы примете и почему?

**Задание 2.** Дивизиональная организационная структура. Заполните пропуски на рисунке.



**Задание 3.** Способы управления конфликтами. Дополните и поясните рисунок.





### **Вариант 2**

#### **Проверяемые профессиональные и общие компетенции:**

- ПК 4.1 Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.
- ПК 4.2 Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.
- ПК 4.3 Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.
- ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
- ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
- ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
- ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
- ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
- ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
- ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.
- ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
- ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.
- ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.
- ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.

#### **Инструкция**

1. Внимательно прочитайте задание.
2. Рационально распределите время на выполнение задания.
3. Выполняя практическое задание (задание 1) необходимо провести анализ предложенных ситуации и дать полный развернутый аргументированный ответ.
4. Выполняя задание 2,3 необходимо не только заполнить пропуски в схеме, но и пояснить схему дать основные определения.

Время выполнения задания – 90 минут

#### **Задание 1**

##### *Ситуация 1*

Квалифицированный сотрудник на вечерних курсах получил дополнительную профессиональную подготовку и хотел бы теперь занять рабочее место, соответствующее полученным знаниям. Он просит Вас в этом поддержать его.

*Вопросы:*

1. Какая потребность для работника является актуальной согласно пирамиде Маслоу?
2. Как Вы поведете себя, если в сфере Вашей компетенции нет подходящего рабочего места?

### Ситуация 2

Шло совещание у директора малого предприятия А. Л. Сизова. Проводились итоги проделанной работы за год. А. Л. Сизов выступил с докладом «Главная цель для нашего предприятия — это получение кратковременной прибыли и ускоренный рост, выживание за счет жесткого руководства. Основная задача на данном этапе — укрепление и захват части рынка».

Постановка задачи

1. Определите, на каком этапе развития находится данное предприятие?
2. С какими трудностями сталкивается предприятие на данном этапе?
3. Назовите, какой этап развития организации представляет наибольшие трудности.

### Ситуация 3

Один из работников на совещании персонала обычно занимает позицию противостояния. При этом все вынуждены выслушивать пространные объяснения причин его несогласия. Из-за этого теряется масса времени. Стоит ли прервать выступающего и предложить ему связать сказанное с предметом обсуждения? Стоит ли повторять это прием, если он не подействовал сразу? Как еще можно воздействовать на этого сотрудника?

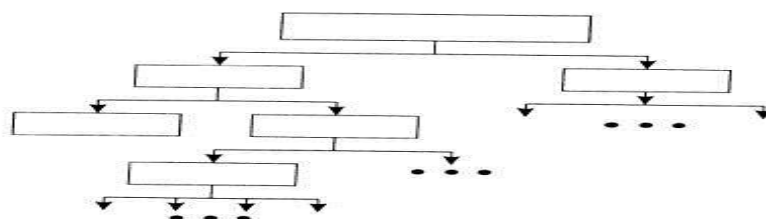
### Ситуация 4

Руководитель отдела компании озабочен продолжающимся нарушением правил компании относительно кофейных перерывов. Он отдал четкие указания, что для этой цели нельзя тратить более установленных 15 минут. Он издал несколько распоряжений по поводу нарушений правил кофейных порывов и лично беседовал с отдельными нарушителями. Похоже, что его служащие сопротивляются его стараниям, которые ни к чему не приводят.

Вопросы:

1. Почему принятые меры не действуют?
2. Какие альтернативные методы управления и конкретные действия следует применить к нарушителям?

**Задание 2.** Линейная организационная структура. Заполните пропуски на рисунке.



**Задание 3.** Контур процесса управленческого контроля. Дополните и поясните рисунок.



### Вариант 3

#### Проверяемые профессиональные и общие компетенции:

ПК 4.1 Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.

ПК 4.2 Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.

ПК 4.3 Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.

ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.

### **Инструкция**

1. Внимательно прочитайте задание.

2. Рационально распределите время на выполнение задания.

3. Выполняя практическое задание (задание 1) необходимо провести анализ предложенных ситуации и дать полный развернутый аргументированный ответ.

4. Выполняя задание 2,3 необходимо не только заполнить пропуски в схеме, но и пояснить схему дать основные определения.

Время выполнения задания – 90 минут

### **Задание 1**

#### *Ситуация 1*

Вы – руководитель трудового коллектива, состоящего из двух отделов, примерно равных по численности, но имеющих разную социальную структуру. На предприятии в качестве конечных результатов приняты выручка от реализованной продукции, производительность труда и качество продукции. Критерий эффективности – валовая прибыль. В отчетном квартале Ваш коллектив выполнил основные конечные показатели, но были проблемы с качеством продукции. Виноват в этом оказался отдел А. Отдел Б не виноват в снижении качества, но допустил ряд упущений в трудовой дисциплине, о которых известно в коллективе. Заводская премия Вашему подразделению была снижена за упущения по качеству и рассчитана пропорционально численности сотрудников, как давно принято на предприятии.

*Вопросы:*

1. Каким образом и в каких пропорциях Вы разделите премию?

2. Положения каких теорий мотивации обосновывают Ваш выбор?

#### *Ситуация 2*

К концу второго квартала текущего года в одном из магазинов фирмы "Новый Тольятти" наметилась тенденция образования сверхнормативных запасов.

Какое решение Вы бы приняли, если бы являлись руководителем данного предприятия, и из каких этапов будет состоять процесс его принятия?

### *Ситуация 3*

«Простое выполнение работы» Ирина Сергеевна Колесникова работает под руководством одного и того же начальника уже 11 лет. Однажды ее давняя подруга за чаем спросила, насколько хорошо ей работать со своим начальником? Прозвучал приблизительно такой ответ: «Вообще –то ничего. Он мне не досаждаёт. Я делаю совою работу». Тогда подруга поинтересовалась: «Но ты же работаешь на одном месте уже 11 лет. Как ты работаешь? Тебя когда –нибудь повысят? Пожалуйста, не обижайся, но мне совершенно непонятно, какое отношение имеет то, что ты делаешь, для работы фирмы». Ирина Сергеевна задумалась: «Я действительно не знаю, хорошо ли я работаю... Мой начальник никогда со мной об этом не говорит. Правда, я всегда считала, что отсутствие новостей – уже хорошая новость. Что касается содержания и важности работы, то при приеме на работу мне что-то очень невнятно объяснили и больше об этом речи не было. Мы с руководителем особенно не общаемся».

*Вопросы:*

1. Какой вид коммуникаций описан в ситуации?
2. Какие условия и цели эффективности коммуникаций между руководителем и подчиненным отсутствуют?
3. Как можно определить уровень вертикальных коммуникаций?
4. Существуют ли возможности для восходящих коммуникаций в данной ситуации?
5. Каким образом можно более эффективно построить обратную связь в данной ситуации?

### *Ситуация 4*

Виктор Павлович Попов обучался в Политехническом университете на факультете автоматике и телемеханики по специальности «инженер-электрик». По окончании IV курса, после собеседования его приняли на работу в фирму, занимающуюся ремонтом и обслуживанием компьютеров, учеником мастера по ЭВМ. Работая по специальности, Виктор Павлович получил необходимые практические знания.

По окончании вуза, изучив экономическую и социальную ситуацию в городе, Попов решил, что в состоянии создать собственную фирму, основной деятельностью которой была бы реализация компьютеров и оргтехники, ее ремонт и обслуживание, занять определенную нишу на рынке и обеспечить ее конкурентоспособность.

Начав осуществление своих планов, Виктор Павлович столкнулся с рядом проблем. Одной из них оказался подбор квалифицированных кадров. Кроме того, вход на рынок не оказался простым и легким. Ему удалось набрать квалифицированных специалистов, значительно поднявших авторитет фирмы. В этот период Виктор Павлович приветствовал любую инициативность кадров и даже принял некоторые предложения по преобразованию фирмы, способствующие ее развитию. Так, для привлечения новых клиентов были предоставлены некоторые скидки, осуществлялся бесплатный гарантийный ремонт и обслуживание, бесплатная доставка и установка по городу. В дальнейшем был открыт отдел по предоставлению совершенно новых услуг: черно-белое и цветное ксерокопирование, сканирование и распознавание текста. Затем предоставили услугу работы в сети «Интернет» с помощью оператора и без него. В этот период ответственность за существование и развитие организации лежала на всех ее членах.

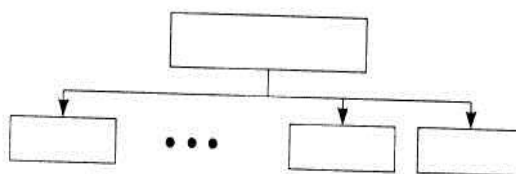
Но подобное несистематичное и прерывистое развитие со временем утратило эффективность, и более организованные процедуры заменили рискованную страсть к успеху. Попову все чаще приходилось исполнять роль непосредственно руководителя и принимать более взвешенные и консервативные решения, беря ответственность на себя. В итоге после всех преобразований фирма стала получать стабильную прибыль и роли в ней

были распределены таким образом, что выбытие тех или иных членов не вызывало серьезной опасности.

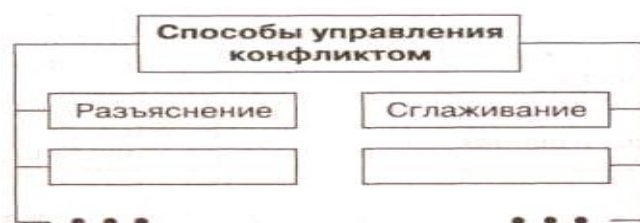
Постановка задачи

1. На каком этапе жизненного цикла данная организация находится в настоящий момент?
2. По каким критериям и признакам можно это определить?

**Задание 2.** Патриархальная организационная структура. Заполните пропуски на рисунке.



**Задание 3.** Способы управления конфликтами. Дополните и поясните рисунок.



#### Вариант 4

##### **Проверяемые профессиональные и общие компетенции:**

- ПК 4.1 Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.
- ПК 4.2 Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.
- ПК 4.3 Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.
- ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
- ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
- ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
- ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личного развития.
- ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
- ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
- ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.
- ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
- ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.
- ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.

ОК 11 Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.

### **Инструкция**

1. Внимательно прочитайте задание.
2. Рационально распределите время на выполнение задания.
3. Выполняя практическое задание (задание 1) необходимо провести анализ предложенных ситуации и дать полный развернутый аргументированный ответ.
4. Выполняя задание 2,3 необходимо не только заполнить пропуски в схеме, но и пояснить схему дать основные определения.

Время выполнения задания – 90 минут

### **Задание 1**

#### *Ситуация 1*

Ваша подчиненная сотрудница – бухгалтер Раиса – постоянно игнорирует Ваши оперативные указания, нечетко выполняет порученные задания, работает ниже своих возможностей. Последнее ее упущение привело к невыполнению квартального плана подразделения. До Вашего прихода в эту организацию она претендовала на Ваше место, но не была назначена по причине конфликтности. Работой в организации она дорожит, т. к. работа – единственный источник ее доходов и она воспитывает дочь без мужа.

*Вопрос:*

Какие группы методов управления и конкретные действия следует применить к Раисе, чтобы побудить ее выполнять свою работу качественно?

#### *Ситуация 2*

Вы главный менеджер на крупной фирме по производству всемирно известных сигарет. У фирмы имеются многочисленные фабрики по всему миру. Она достигла большого объема продаж. Появилась возможность открыть еще фабрику в одной из стран СНГ, и от Вас зависит решение - подписать новый контракт или нет. С одной стороны, строительство данной фабрики обеспечит новыми рабочими местами этот регион, тем самым решится актуальная проблема безработицы; а с другой стороны - это принесет большой доход Вашей фирме. Однако Вы, занимаясь производством и продажей крупных партий сигарет, до сих пор не были убеждены в том, что курение вызывает рак. Недавно Вам в руки попал отчет об исследовании, в котором были установлена прямая связь между курением и онкологическими заболеваниями.

Какое решение Вы примите? Подпишите новый контракт или нет? Почему? Ответ обоснуйте.

#### *Ситуация 3*

Ваша сотрудница – секретарь часто делает ошибки при оформлении деловых бумаг. Вы приняли на работу ее недавно, но увольнять ее Вам бы не хотелось – в основном свою работу она выполняет хорошо. Может быть, ей не хватает опыта? Ваши действия?

#### *Ситуация 4*

Компания N осуществляет продажу спортивной обуви и одежды. Основная деятельность N — разработка моделей продукции, маркетинг и торговля. На протяжении всего своего существования компания не занималась производством своих продуктов. Эти продукты производятся более эффективно с помощью большого числа компаний-поставщиков, расположенных в Европе или других районах и специализированных на определенных моделях обуви и одежды. Все компании, образующие альянс, связаны между собой договорными отношениями. Эти отношения могут включать частичное владение собственностью родительской компании, но они продолжаются только до тех пор, пока родительская компания и компании-поставщики считают это прибыльным.

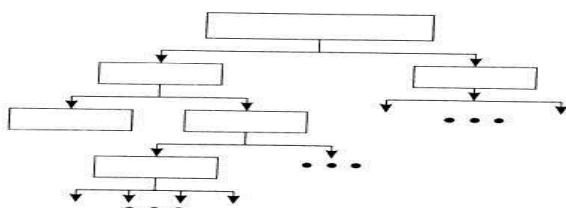
Данная система организации бизнеса дала возможность N сосредоточить большой объем капитала на инвестировании в производственное оборудование для других

компаний и в то же время разгрузить основную компанию в интересах обеспечения эффективных продаж. Если какой-нибудь определенный тип продукции потеряет свой рынок, N может выйти из альянса с производителем. Наибольшее преимущество состоит в том, что N может концентрироваться на деятельности, которую она выполняет лучше: проектировании, маркетинге и продаже продукции. Благодаря этому N довела до совершенства свою деятельность по реализации продукции.

Постановка задачи

1. Охарактеризуйте, к какому типу структур относится данная организация.
2. Назовите особенности данного типа структуры организации.
3. В чем особенности и каков механизм функционирования данной организации?
4. Как формируется и функционирует данная организация?
5. Назовите основные принципы образования данной организации.

**Задание 2.** Линейная организационная структура. Заполните пропуски на рисунке.



**Задание 3.** Процессная модель конфликта. Дополните и поясните рисунок.



### Вариант 5

#### **Проверяемые профессиональные и общие компетенции:**

- ПК 4.1 Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.
- ПК 4.2 Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.
- ПК 4.3 Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.
- ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
- ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
- ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
- ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личного развития.
- ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
- ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

- ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.
- ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
- ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.
- ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.
- ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.

### **Инструкция**

1. Внимательно прочитайте задание.
2. Рационально распределите время на выполнение задания.
3. Выполняя практическое задание (задание 1) необходимо провести анализ предложенных ситуации и дать полный развернутый аргументированный ответ.
4. Выполняя задание 2,3 необходимо не только заполнить пропуски в схеме, но и пояснить схему дать основные определения.

Время выполнения задания – 90 минут

### **Задание 1**

#### *Ситуация 1*

Старшего мастера как хорошего специалиста повысили в должности. Теперь он стал заместителем начальника цеха, однако через некоторое время стало ясно, что он не справляется со своими обязанностями и его повышение оказалось преждевременным. Таким образом, он получил сообщение, что понижен в должности (до старшего мастера). Иван Петрович расценил это как личное оскорбление и уволился с работы.

*Вопросы:*

1. Правильно ли он поступил?
2. С точки зрения какой теории мотивации можно оправдать его действия?
3. Какая потребность Сорокина была не удовлетворена?
4. Как следовало поступить, чтобы избежать такой ситуации?

#### *Ситуация 2*

В магазине "Престиж", специализирующемся на продаже продуктов питания, все участки работы возглавляют люди предпенсионного возраста.

Какое решение Вы бы приняли, как руководитель, и из каких этапов будет состоять процесс его принятия.

#### *Ситуация 3*

Используя модель коммуникационного процесса, опишите в соответствующих терминах на примере взаимодействия преподавателя и студента в аудитории в ходе проведения практического или лекционного занятия по любой дисциплине.

Для оценки проведения занятия сформулируйте ответы на следующие вопросы:

1. какова политика преподавателя в области коммуникации?
2. каков управленческий стиль преподавателя и как он влияет на межличностные и групповые коммуникации?
3. где и когда происходил сбой в коммуникационном процессе?
4. какие коммуникационные барьеры имели место в процессе проведения занятия?
5. каким образом коммуникационный стиль преподавателя связан с мотивацией студентов? Отвечает ли стиль мотивационному поведению студентов?
6. Какие невербальные коммуникации использует преподаватель? Являются ли они эффективными?

#### *Ситуация 4*

Предприятие по производству кисломолочной продукции «Деревенское изобилие» существует на рынке города N уже 5 лет. Оно позиционирует себя как продавец свежего,



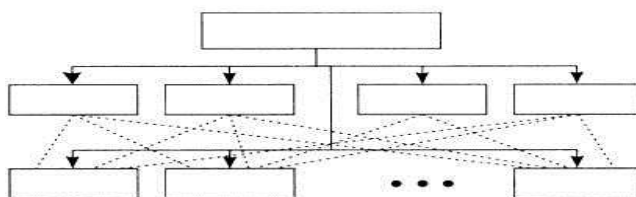
доступного и качественного товара. Сырье для изготовления своей продукции предприятие приобретает у местных поставщиков, оно является экологически чистым и натуральным по своему происхождению. Технологии, применяемые при производстве, являются современными, а оборудование соответствует предъявляемым стандартам. Вместе с данным предприятием на рынке существует еще одна организация, функционирующая уже более десяти лет и предлагающая аналогичный товар.

Как показали маркетинговые исследования, осуществленные предприятием «Деревенское изобилие», ситуация на рынке сложилась таким образом, что спрос на продукцию двух организаций, предоставляющих местную кисломолочную продукцию, приблизительно одинаковый. В итоге прибыль, которую получают данные предприятия, также примерно равная. Руководство предприятия «Молочное изобилие» ставит перед собой цель стать лидером и получать как минимум на  $\frac{1}{3}$  большую прибыль.

В данной ситуации возможны следующие альтернативные варианты действий, направленные на то, чтобы предприятие «Деревенское изобилие» добилось своей цели:

- 1) качественно проработать комплекс маркетинга предприятия и эффективно его использовать;
- 2) расширить ассортимент товара и применить новые технологии производства продукции;
- 3) повысить конкурентоспособность потенциала по сравнению с потенциалом аналогичной организации.

**Задание 2.** Функциональная организационная структура (пунктиром обозначены функциональные связи). Заполните пропуски на рисунке.



**Задание 3.** Управленческий цикл. Дополните и поясните рисунок.



### Вариант 6

#### **Проверяемые профессиональные и общие компетенции:**

ПК 4.1 Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.

ПК 4.2 Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.

ПК 4.3 Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

- ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
- ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
- ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
- ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
- ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.
- ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
- ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.
- ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.
- ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.

### **Инструкция**

1. Внимательно прочитайте задание.
2. Рационально распределите время на выполнение задания.
3. Выполняя практическое задание (задание 1) необходимо провести анализ предложенных ситуации и дать полный развернутый аргументированный ответ.
4. Выполняя задание 2,3 необходимо не только заполнить пропуски в схеме, но и пояснить схему дать основные определения.

Время выполнения задания – 90 минут

### **Задание 1**

#### *Ситуация 1*

К Вам приходит сотрудник и требует повышения заработной платы. При этом он ссылается на то, что на другом предприятии он может получать больше и уволиться, если ему не повысят заработную плату.

*Вопросы:*

1. Считаете ли Вы поведение работника правильным?
2. Какая теория мотивации объясняет его поведение?
3. Как Вы построите свою беседу с ним?
4. Что Вы предпримите в отношении работника?

#### *Ситуация 2*

Вы менеджер по персоналу. В Вашу фирму пришла молодая способная женщина, желающая стать торговым агентом. Уровень ее квалификации значительно выше, чем у претендентов - мужчин на эту должность. Но прием ее на работу неизбежно вызовет отрицательную реакцию со стороны ряда Ваших торговых агентов, среди которых женщин нет, а также может раздосадовать некоторых важных клиентов фирмы.

Каково будет Ваше решение? Возьмете ли Вы эту женщину на работу? Почему? Ответ обоснуйте.

#### *Ситуация 3*

Рекламная фирма «Мир» — самостоятельная коммерческая структура, занимающаяся посреднической деятельностью, изготовлением рекламных роликов, демонстрационных комплексов и тренажеров по заказу организаций и использующая их для рекламы товаров заказчиков или представляющая их в пользование третьим лицам — покупателям (в случае обучения). Свою деятельность фирма «Мир» осуществляет на основе прямых договоров с заказчиками. Основные задачи фирмы «Мир» — поиск покупателей, продажа товара заказчиков, занятие ниши на рынке продавцов нововведений.

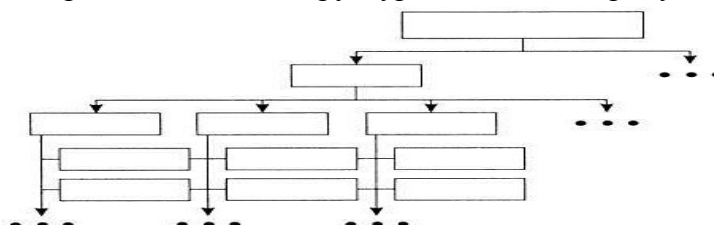
### Постановка задачи

1. Определите, на каком этапе развития находится фирма «Мир»?
2. Какие черты характеризуют данный этап развития организации?

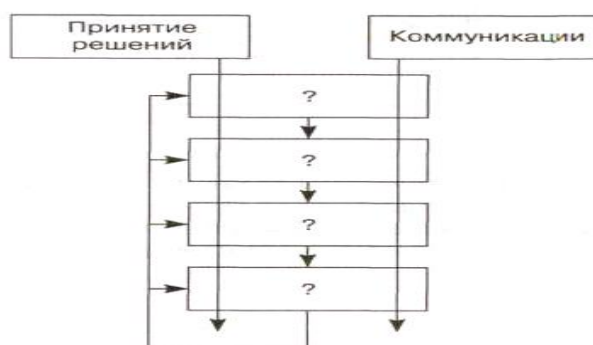
### Ситуация 4

Рассматривая почту, руководитель обнаруживает документ, с которым необходимо ознакомиться детальнее. Но времени сейчас нет, и он оставляет документ у себя в надежде внимательно прочесть его в субботу дома. Верно ли он поступает?

**Задание 2.** Матричная организационная структура. Заполните пропуски на рисунке.



**Задание 3.** Управленческий цикл и связующие процессы. Дополните и поясните рисунок



### Вариант 7

#### **Проверяемые профессиональные и общие компетенции:**

- ПК 4.1 Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.
- ПК 4.2 Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.
- ПК 4.3 Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.
- ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
- ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
- ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
- ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
- ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
- ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
- ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.
- ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
- ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.

ОК 11 Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.

### **Инструкция**

1. Внимательно прочитайте задание.
2. Рационально распределите время на выполнение задания.
3. Выполняя практическое задание (задание 1) необходимо провести анализ предложенных ситуации и дать полный развернутый аргументированный ответ.
4. Выполняя задание 2,3 необходимо не только заполнить пропуски в схеме, но и пояснить схему дать основные определения.

Время выполнения задания – 90 минут

### **Задание 1**

#### *Ситуация 1*

Карина, одна из ваших ассистенток, по Вашим советам неоднократно оканчивала курсы повышения квалификации, чтобы иметь комплексное представление о деятельности Вашей службы. После очередной стажировки в других службах банка она вернулась, чтобы занять пост Вашего референта.

Она работает с рвением, согласовывает с Вами каждый свой шаг по всем проблемам, выполняет все Ваши поручения и проявляет повышенный интерес к усовершенствованию работы.

Вы отдаете себе отчет в том, что она еще не достигла совершенства в работе референта и часто проявляет несостоятельность перед определенными проблемами.

*Вопросы:*

1. Следует ли применять меры наказания к Карине?
2. Какие методы управления будут действенны для повышения эффективности работы Карины?
3. Какие конкретные действия Вы предпримете?

#### *Ситуация 2*

Руководство коммерческого банка в связи с рядом объективных и необъективных причин решило изменить систему и форму оплаты труда работников: если раньше сотрудники получали оклад в размере 500\$ плюс 10% от суммы комиссии за проведенную сделку, то теперь оклад ликвидировался, а «сдельщина» увеличилась до 40% от комиссии за операцию. В связи с этим новшеством большинство ведущих специалистов подали заявление об уходе.

*Вопросы:*

1. Каковы, по Вашему, причины такого поступка?
2. Какие мотивационные требования нарушены?
3. Что следует предпринять, чтобы вернуть работников?
4. Как можно предупредить появление подобных ситуаций на предприятии?

#### *Ситуация 3*

Кадровое агентство «Профессионал» работает шесть лет на рынке рекрутинговых услуг, у него достаточное количество клиентов. Агентство осуществляет в основном подбор кадров для представительств иностранных компаний в России. Политика агентства в области подбора кадров формируется так: «Наша задача не только подыскать, но и отобрать нужных агентству работников». Иностранная фирма «Скиф» заключила контракт с агентством «Профессионал» по продаже бытовой техники.

Для этого агентство «Профессионал» увеличило количество штатных сотрудников и приняло дополнительно пять менеджеров для продвижения товара.

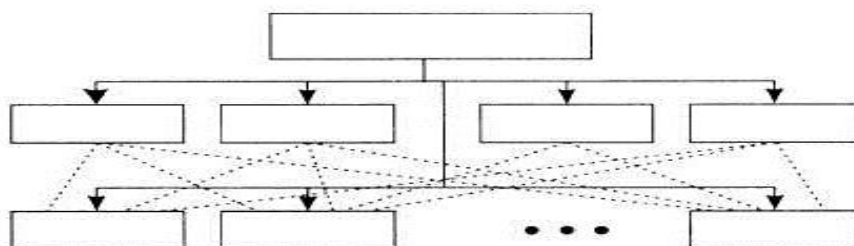
Постановка задачи

1. На какой стадии развития находится агентство «Профессионал»?
2. Какие методы используются на данной стадии развития организации?
3. Какой тип управления отвечает особенностям и задачам этого этапа.

#### *Ситуация 4*

Вы руководитель организации. Понедельник – начало рабочей недели, начало рабочего дня. Вы заходите в кабинет, просите секретаря принести чашку кофе и занимаете свое рабочее место, осматриваете свой кабинет и с тяжестью во взгляде смотрите на свой рабочий стол: груда бумаг различного назначения находится в абсолютном беспорядке. На 10.00 у Вас назначено совещание с руководителями отделов, но в таком хаосе Вы не можете найти нужные для проведения совещания документы. Как Вы справитесь с данной ситуацией?

**Задание 2.** Функциональная организационная структура (пунктиром обозначены функциональные связи). Заполните пропуски на рисунке.



**Задание 3.** Контур процесса управленческого контроля. Дополните и поясните рисунок.



### Вариант 8

#### **Проверяемые профессиональные и общие компетенции:**

- ПК 4.1 Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.
- ПК 4.2 Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.
- ПК 4.3 Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.
- ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
- ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
- ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
- ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личного развития.
- ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
- ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

- ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.
- ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
- ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.
- ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.
- ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.

### **Инструкция**

1. Внимательно прочитайте задание.
  2. Рационально распределите время на выполнение задания.
  3. Выполняя практическое задание (задание 1) необходимо провести анализ предложенных ситуации и дать полный развернутый аргументированный ответ.
  4. Выполняя задание 2,3 необходимо не только заполнить пропуски в схеме, но и пояснить схему дать основные определения.
- Время выполнения задания – 90 минут

### **Задание 1**

#### *Ситуация 1*

На крупной текстильной фабрике дела шли успешно до тех пор, пока конкуренты не стали вытеснять с рынка эту некогда процветающую фирму. У нее поубавилось заказов даже от постоянных клиентов, появились проблемы с перебоем наличных денег, а когда возникают подобные затруднения, обычная мера – сокращение штатов. На совещании совета директоров было принято решение: отгрузить недопоставленный товар, а затем произвести увольнение. Эта информация стала известна работникам. Через некоторое время производительность труда резко упала. Администрации пришлось обратиться к консультанту, который начал искать причину происходящего. Он побеседовал с текстильщиками дружески, с глазу на глаз, расспрашивая, что же на самом деле у них происходит. И один из рабочих проговорился: «Понимаете - мы знаем, что, как только отправим все оставшиеся заказы, нас отправят за ворота. Вот мы и стараемся вовсю, чтобы этих заказов нам на подольше хватило».

#### *Вопросы:*

1. Какая потребность в настоящее время имеет для работников наиболее важное значение?
2. Как руководителю мотивировать работников, чтобы изменить ситуацию?

#### *Ситуация 2*

Вы должны выступить с докладом о проделанной работе перед коллегами на предприятии. Вы знаете, что выступаете в числе последних и что многие их присутствующих приблизительно знакомы с тем, о чем Вы будете говорить. Поэтому велика вероятность, что будут слушать Вас невнимательно, вести посторонние разговоры и т.п. Что Вы предпримите для того, чтобы завоевать внимание аудитории и Ваше выступление всем понравилось?

#### *Ситуация 3*

Кейс 1. Компания «Ника» Денис Ковальчук является Генеральным директором и владельцем компании "Ника", занимающейся закупками в Москве и оптовой торговлей в Самаре компьютерной техникой. В компании работают два специалиста по закупке компьютеров в Москве, получающие должностные оклады, и месячные премии в размере до 40% оклада (решение о выплате премий принимает Генеральный директор), и пять коммерческих агентов, занятых продажами розничным продавцам в Самаре и получающих комиссионные в размере 10% от суммы продаж. Цены на реализуемые компьютеры и комплектующие к ним устанавливает Генеральный директор. Анализ финансовых результатов за последние шесть месяцев показал Денису, что прибыльность компании стала сокращаться, несмотря на постоянный рост объемов реализации и

сохранение товарных запасов на одном уровне, и, что, кроме того, увеличились сроки сбора дебиторской задолженности. Специалисты по закупкам в течение всех шести месяцев получали 40% премию, однако их вознаграждение составляло только 40% от среднего дохода коммерческого агента.

1. Проанализируйте развитие ситуации в "Нике"? Чем можно объяснить достигнутые результаты? Как они могут быть связаны с системой компенсации? 2. Какую систему вознаграждения вы были предложили для "Ники"? 3. Как бы вы посоветовали Денису внедрять эту систему?

*Ситуация 4*

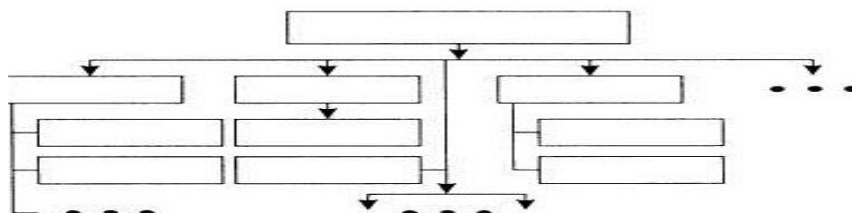
Вы работаете начальником цеха. Во вторую рабочую смену один из вспомогательных рабочих Петр в состоянии алкогольного опьянения испортил дорогостоящее оборудование. Другой рабочий Сергей, пытаясь по указанию мастера его отремонтировать, получил производственную травму. Утром молодой мастер Николай (работает второй год после окончания вуза) видел, как Петр и Сергей распивали спиртное, и сделал им замечание, но они его не послушались, ссылаясь на то, что у Петра день рождения.

Убыток от простоя оборудования и затрат на его ремонт составил 20 млн. рублей за смену. У Петра это был уже третий случай нарушения дисциплины за год. Сергей не имел правонарушений и числился хорошим рабочим.

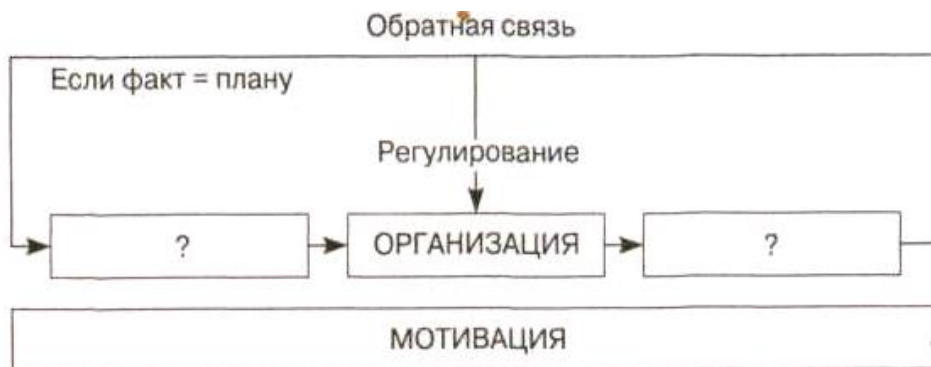
*Вопросы:*

1. Кого Вы обвините в случившемся?
2. Какие возможные варианты решения проблемы можно предложить?
3. Какое единственно верное решение Вы примете в отношении Ваших подчиненных и почему?

**Задание 2.** Линейно-функциональная организационная структура. Заполните пропуски на рисунке.



**ЗАДАНИЕ 3.** Управленческий цикл. Дополните и поясните рисунок.



**Вариант 9**

**Проверяемые профессиональные и общие компетенции:**

- ПК 4.1 Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.
- ПК 4.2 Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.
- ПК 4.3 Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.

ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.

### **Инструкция**

1. Внимательно прочитайте задание.

2. Рационально распределите время на выполнение задания.

3. Выполняя практическое задание (задание 1) необходимо провести анализ предложенных ситуации и дать полный развернутый аргументированный ответ.

4. Выполняя задание 2,3 необходимо не только заполнить пропуски в схеме, но и пояснить схему дать основные определения.

Время выполнения задания – 90 минут

### **Задание 1**

#### **Ситуация 1**

Руководителю торговой фирмы потребовалось провести специальное мероприятие, чтобы стимулировать продажу товаров. Лучшему продавцу выделялась премия в виде бесплатной поездки на Бермуды вместе с супругой (или с супругом), где они могли бы поиграть в гольф на лучших площадках мира. Прошло почти 3 месяца, а увеличения объема продаж почему-то не наблюдалось. Руководитель объяснял это себе тем, что продавцы «не тянут». Тогда он пригласил специалиста со стороны, чтобы тот развил у продавцов умение хорошо торговать и разработал программу, стимулирующую побудительные мотивы с целью «дать толчок продажам».

Приглашенный специалист отправился в торговые отделы и базы фирмы и увидел на стоянках автомобили с подставками для ружей. Всюду в подсобках находились охотничьи и рыболовные принадлежности. По всем имеющимся признакам было видно, что тут работают люди, увлекающиеся охотой и рыбалкой. И ни один человек из всей команды продавцов не интересовался гольфом.

*Вопросы:*

1. Какое условие какой теории мотивации было нарушено руководителем фирмы?
2. Что следует предпринять руководителю, что стимулировать объем продаж?

#### **Ситуация 2**

Вы ведете переговоры, Ваш партнер утверждает нечто, безусловно ошибочное, с Вашей точки зрения, и неприемлемое для решения данной проблемы. Вам необходимо переубедить его. Как Вы это сделаете?



### Ситуация 3

Два руководителя разговорились о том, как они дают указания подчиненным. Первый: «Главное – что сказано, а не как сказано. У меня нет времени, чтобы подбирать для каждого форму выражения». Второй: «Может быть, у тебя народ такой необидчивый. А мне постоянно приходится продумывать, как с кем лучше поговорить». Позиции какого руководителя вы отдадите предпочтение и почему?

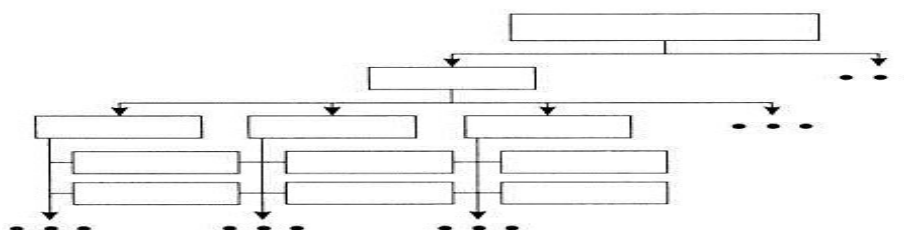
### Ситуация 4

Работники отдела сбыта и отдела рекламы не могут прийти к единому мнению по вопросу, требующему совместных усилий. Они приходят к руководителю и описывают ему сложившуюся ситуацию. Начинается длинная дискуссия с убедительными аргументами с обеих сторон. Скоро все участники беседы понимают, что конечной целью является не выработка оптимального решения, а отстаивание собственной точки зрения.

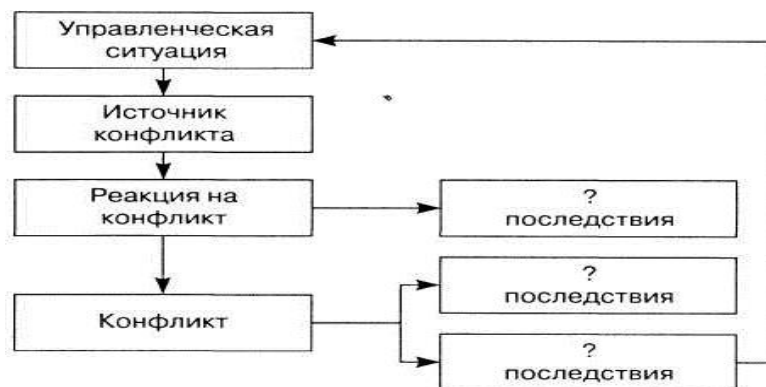
Вопросы:

1. Как может развиваться дискуссия дальше?
2. Какие варианты может предложить руководитель, чтобы найти решение проблемы?
3. Какое единственно верное решение следует принять и почему?

**Задание 2.** Матричная организационная структура. Заполните пропуски на рисунке.



**Задание 3.** Процессная модель конфликта. Дополните и поясните рисунок.



### Вариант 10

#### **Проверяемые профессиональные и общие компетенции:**

ПК 4.1 Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.

ПК 4.2 Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.

ПК 4.3 Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

- ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
- ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
- ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
- ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.
- ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
- ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.
- ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.
- ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.

### **Инструкция**

1. Внимательно прочитайте задание.
2. Рационально распределите время на выполнение задания.
3. Выполняя практическое задание (задание 1) необходимо провести анализ предложенных ситуации и дать полный развернутый аргументированный ответ.
4. Выполняя задание 2,3 необходимо не только заполнить пропуски в схеме, но и пояснить схему дать основные определения.

Время выполнения задания – 90 минут

### **Задание 1**

#### *Ситуация 1*

Квалифицированный сотрудник на вечерних курсах получил дополнительную профессиональную подготовку и хотел бы теперь занять рабочее место, соответствующее полученным знаниям. Он просит Вас в этом поддержать его.

*Вопросы:*

1. Какая потребность для работника является актуальной согласно пирамиде Маслоу?
2. Как Вы поведете себя, если в сфере Вашей компетенции нет подходящего рабочего места?

#### *Ситуация 2*

Шло совещание у директора малого предприятия А. Л. Сизова. Проводились итоги проделанной работы за год. А. Л. Сизов выступил с докладом «Главная цель для нашего предприятия — это получение кратковременной прибыли и ускоренный рост, выживание за счет жесткого руководства. Основная задача на данном этапе — укрепление и захват части рынка».

Постановка задачи

1. Определите, на каком этапе развития находится данное предприятие?
2. С какими трудностями сталкивается предприятие на данном этапе?
3. Назовите, какой этап развития организации представляет наибольшие трудности.

#### *Ситуация 3*

Один из работников на совещании персонала обычно занимает позицию противостояния. При этом все вынуждены выслушивать пространственные объяснения причин его несогласия. Из-за этого теряется масса времени. Стоит ли прервать выступающего и предложить ему связать сказанное с предметом обсуждения? Стоит ли повторять это прием, если он не подействовал сразу? Как еще можно воздействовать на этого сотрудника?

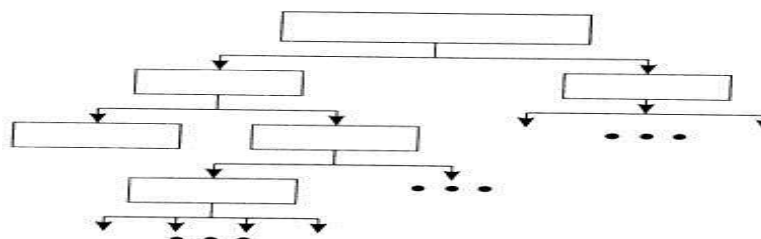
#### *Ситуация 4*

Руководитель отдела компании озабочен продолжающимся нарушением правил компании относительно кофейных перерывов. Он отдал четкие указания, что для этой цели нельзя тратить более установленных 15 минут. Он издал несколько распоряжений по поводу нарушений правил кофейных порывов и лично беседовал с отдельными нарушителями. Похоже, что его служащие сопротивляются его стараниям, которые ни к чему не приводят.

*Вопросы:*

1. Почему принятые меры не действуют?
2. Какие альтернативные методы управления и конкретные действия следует применить к нарушителям?

**Задание 2.** Линейная организационная структура. Заполните пропуски на рисунке.



**Задание 3** Контур процесса управленческого контроля. Дополните и поясните рисунок.



### 5.3. Пакет экзаменатора

#### 5.3.1. Условия

Количество вариантов каждого задания – **10 пакетов**.

Время выполнения каждого задания: **90 минут**

#### Перечень используемых материалов, оборудования и информационных источников

##### 1. Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета *экономики и менеджмента*:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- специализированная мебель;
- рекомендации по подготовке к практическим занятиям;
- рекомендации по составлению отчета по производственной практике;
- задания для проведения практических занятий;
- комплект тестовых заданий;
- комплект комплексных практических и ситуационных заданий для проведения учебной практики;

- комплект учебно-наглядных пособий;

### **Оборудование лаборатории информационных и коммуникационных технологий:**

- автоматизированное рабочее место преподавателя;
- автоматизированные рабочие места обучающихся;
- компьютер с выходом в Интернет;
- интерактивная доска;
- компьютеры;
- программное обеспечение общего и профессионального назначения.

## **2. Информационное обеспечение**

### **1. Основная литература**

1. Зельдович, Б. З. Менеджмент в медиа индустрии : учебник для среднего профессионального образования / Б. З. Зельдович. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 293 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12565-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/457100>
2. Борисов, Е. Ф. Основы экономики : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. Ф. Борисов. — 7-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 383 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-02043-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/450684>

### **2. Дополнительная литература**

1. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 431 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11216-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/450914>
2. Цветкова, Г. С. Рекламный менеджмент : учебное пособие / Г. С. Цветкова. — Йошкар-Ола : ПГТУ, 2018. — 108 с. — ISBN 978-5-8158-1998-6. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/111715>
3. Богатырева, М. В. Основы экономики : учебник и практикум для среднего профессионального образования / М. В. Богатырева, А. Е. Колмаков, М. А. Колмаков. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 424 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10525-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/456718>
4. Основы экономики организации : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. А. Чалдаева [и др.] ; под редакцией Л. А. Чалдаевой, А. В. Шарковой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 361 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-07144-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/452254>

### **3. Электронные ресурсы**

1. ЭБС «Book.ru» <https://www.book.ru>
2. Elibrary (НЭБ) <http://elibrary.ru>
3. ЭБС «Юрайт» [www.biblio-online.ru](http://www.biblio-online.ru)
4. ЭБС «Лань» [e.lanbook.com](http://e.lanbook.com)
5. СПС «Консультант Плюс»

### 5.3.2. Ход выполнения задания

Таблица 5

Коды проверяемых компетенций	Показатели оценки результата	Оценка (да/нет)
ПК 4.1 Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.	-умение организации рабочего места  - навык планирования, разработки и технического исполнения рекламного продукта	
ПК 4.2 Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.	- навык контролирования соответствия рекламного продукта требованиям рекламодателя  - точность и аккуратность в составлении планов и графиков деятельности по изготовлению рекламного продукта	
ПК 4.3 Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.	- умение подготавливать авторскую документацию для регистрации авторских прав	
ОК 1.Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	- демонстрация интереса к своей будущей профессии - активность, инициативность в процессе освоения профессиональной деятельности - участие в профориентационной деятельности - участие в конкурсах профессионального мастерства, тематических мероприятиях эффективность и качество выполнения домашних самостоятельных работ -систематическое ознакомление с профессиональными периодическими изданиями, профессиональной литературы	
ОК 2.Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	- выбор и применение методов и способов решения профессиональных задач в стандартных и нестандартных ситуациях; - оценка эффективности и качество выполнения профессиональных задач студентом; - мотивированное обоснование выбора и применения методов и способов выполнения поставленной задачи; -объективная оценка своей работы	
ОК 3.Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	-умение принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях, самостоятельно решать профессиональные задачи в области разработки технологических процессов обслуживания в гостиницах; - понимать полноту ответственности за результаты своей работы	
ОК 4.Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	- эффективный поиск необходимой информации; - использование различных источников, включая электронные; - демонстрация способности творчески переосмысливать существующие в современной науке подходы к пониманию тех или иных проблем, критического мышления в области гостиничного сервиса, способность убедительно аргументировать собственную позицию при решении профессиональных задач	
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	- применение информационно-коммуникационных технологий в оформлении документации - демонстрация умения оперативно осуществлять операции, предлагаемые преподавателем, делать анализ и давать оценку используемой информации, в том числе с применением программного обеспечения	
ОК.6.Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	- взаимодействие с обучающимися, преподавателями и мастерами ПО в ходе обучения Степень владения безконфликтного общения Соблюдение принципов профессиональной этики	
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат	- самоанализ и коррекция собственной работы; - демонстрация умения оценивать результаты предложенной деятельности, обосновывать свою точку зрения и способность нести соответствующую ответственность за проделанную командой работу	

выполнения заданий.		
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	- организация самостоятельного изучения нормативной документации, разработка и оформление индивидуального задания или экскурсии; - способность к организации и планированию самостоятельных занятий при изучении модуля; - демонстрация потребности в получении дополнительных знаний, возможностей самореализации	
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	- умение ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности; - умение работать с учебной, научной литературой и нормативными материалами; - умение анализировать новые технологии в области РЕКЛАМНОГО сервиса;	
ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности особенностями предпринимательства профессиональной деятельности.	Демонстрация знаний и умений в области предпринимательской деятельности	
ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.	Демонстрация экологической, информационной и коммуникативной культуры, Наличие базовых умения на иностранном языке.	

## 2) Подготовленный продукт / осуществленный процесс:

Таблица 5

Коды проверяемых компетенций	Показатели оценки результата	Оценка (да/нет)
ПК 4.1 Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.	- умение организации рабочего места  - навык планирования, разработки и технического исполнения рекламного продукта	
ПК 4.2 Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.	- навык контролирования соответствия рекламного продукта требованиям рекламодателя  - точность и аккуратность в составлении планов и графиков деятельности по изготовлению рекламного продукта	
ПК 4.3 Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.	- умение подготавливать авторскую документацию для регистрации авторских прав	
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	- демонстрация интереса к своей будущей профессии - активность, инициативность в процессе освоения профессиональной деятельности - участие в профориентационной деятельности - участие в конкурсах профессионального мастерства, тематических мероприятиях эффективность и качество выполнения домашних самостоятельных работ - систематическое ознакомление с профессиональными периодическими изданиями, профессиональной литературы	
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы	- выбор и применение методов и способов решения профессиональных задач в стандартных и нестандартных ситуациях; - оценка эффективности и качество выполнения профессиональных задач	

и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	студентом; - мотивированное обоснование выбора и применения методов и способов выполнения поставленной задачи; - объективная оценка своей работы	
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	- умение принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях, самостоятельно решать профессиональные задачи в области разработки технологических процессов обслуживания в гостиницах; - понимать полноту ответственности за результаты своей работы	
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	- эффективный поиск необходимой информации; - использование различных источников, включая электронные; - демонстрация способности творчески переосмысливать существующие в современной науке подходы к пониманию тех или иных проблем, критического мышления в области гостиничного сервиса, способность убедительно аргументировать собственную позицию при решении профессиональных задач	
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	- применение информационно-коммуникационных технологий в оформлении документации - демонстрация умения оперативно осуществлять операции, предлагаемые преподавателем, делать анализ и давать оценку используемой информации, в том числе с применением программного обеспечения	
ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	- взаимодействие с обучающимися, преподавателями и мастерами ПО в ходе обучения Степень владения безконфликтного общения Соблюдение принципов профессиональной этики	
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	- самоанализ и коррекция собственной работы; - демонстрация умения оценивать результаты предложенной деятельности, обосновывать свою точку зрения и способность нести соответствующую ответственность за проделанную командой работу	
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	- организация самостоятельного изучения нормативной документации, разработка и оформление индивидуального задания или экскурсии; - способность к организации и планированию самостоятельных занятий при изучении модуля; - демонстрация потребности в получении дополнительных знаний, возможностей самореализации	
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	- умение ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности; - умение работать с учебной, научной литературой и нормативными материалами; - умение анализировать новые технологии в области РЕКЛАМНОГО сервиса;	
ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности особенностями предпринимательства профессиональной деятельности.	Демонстрация знаний и умений в области предпринимательской деятельности	
ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.	Демонстрация экологической, информационной и коммуникативной культуры, Наличие базовых умения общения на иностранном языке.	

## 6. Оценочная ведомость по профессиональному модулю

### Оценочная ведомость по профессиональному модулю ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта

Ф.И.О. \_\_\_\_\_,

обучающийся (-аяся) на \_\_\_\_\_ курсе программы подготовки специалистов среднего звена по специальности **42.02.01 Реклама**

освоил (-а) программу профессионального модуля **ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта**

в объеме.....часов с «...» 2020г. по «...» 2020 г.

Результаты промежуточной аттестации по элементам профессионального модуля

Элементы модуля	Формы промежуточной аттестации	Оцен ка
МДК.04.01 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности	Другие формы контроля (7 семестр)	
МДК.04.01 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности	Дифференцированный зачет (8 семестр)	
ПП.05 Производственная практика	Дифференцированный зачет (8 семестр)	
Коды проверяемых компетенций	Показатели оценки результата	Оцен ка (да / нет)
ПК 4.1 Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.	- умение организации рабочего места  - навык планирования, разработки и технического исполнения рекламного продукта	
ПК 4.2 Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.	- навык контролирования соответствия рекламного продукта требованиям рекламодателя  - точность и аккуратность в составлении планов и графиков деятельности по изготовлению рекламного продукта	
ПК 4.3 Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.	- умение подготавливать авторскую документацию для регистрации авторских прав	



ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- демонстрация интереса к своей будущей профессии</li> <li>- активность, инициативность в процессе освоения профессиональной деятельности</li> <li>- участие в профориентационной деятельности</li> <li>- участие в конкурсах профессионального мастерства, тематических мероприятиях</li> <li>эффективность и качество выполнения домашних самостоятельных работ</li> <li>- систематическое ознакомление с профессиональными периодическими изданиями, профессиональной литературы</li> </ul>	
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- выбор и применение методов и способов решения профессиональных задач в стандартных и нестандартных ситуациях;</li> <li>- оценка эффективности и качества выполнения профессиональных задач студентом;</li> <li>- мотивированное обоснование выбора и применения методов и способов выполнения поставленной задачи;</li> <li>- объективная оценка своей работы</li> </ul>	
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- умение принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях, самостоятельно решать профессиональные задачи в области разработки технологических процессов обслуживания в гостиницах;</li> <li>- понимать полноту ответственности за результаты своей работы</li> </ul>	
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- эффективный поиск необходимой информации;</li> <li>- использование различных источников, включая электронные;</li> <li>- демонстрация способности творчески переосмысливать существующие в современной науке подходы к пониманию тех или иных проблем, критического мышления в области гостиничного сервиса, способность убедительно аргументировать собственную позицию при решении профессиональных задач</li> </ul>	
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- применение информационно-коммуникационных технологий в оформлении документации</li> <li>- демонстрация умения оперативно осуществлять операции, предлагаемые преподавателем, делать анализ и давать оценку используемой информации, в том числе с применением программного обеспечения</li> </ul>	
ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- взаимодействие с обучающимися, преподавателями и мастерами ПО в ходе обучения</li> <li>Степень владения безконфликтного общения</li> <li>Соблюдение принципов профессиональной этики</li> </ul>	
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- самоанализ и коррекция собственной работы;</li> <li>- демонстрация умения оценивать результаты предложенной деятельности, обосновывать свою точку зрения и способность нести соответствующую ответственность за проделанную командой работу</li> </ul>	
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- организация самостоятельного изучения нормативной документации, разработка и оформление индивидуального задания или экскурсии;</li> <li>- способность к организации и планированию самостоятельных занятий при изучении модуля;</li> <li>- демонстрация потребности в получении дополнительных знаний, возможностей самореализации</li> </ul>	
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности;	<ul style="list-style-type: none"> <li>- умение ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности;</li> </ul>	

технологий профессиональной деятельности.	в	- умение работать с учебной, научной литературой и нормативными материалами; - умение анализировать новые технологии в области РЕКЛАМНОГО сервиса;	
ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности особенностями предпринимательства профессиональной деятельности.		Демонстрация знаний и умений в области предпринимательской деятельности	
ОК 11 Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.		Демонстрация экологической, информационной и коммуникативной культуры, Наличие базовых общения на иностранном языке.	

Дата «\_\_\_» \_\_\_ 20\_\_\_ г.

Подписи членов экзаменационной комиссии

**Критерии оценок:** «Освоен» - 39 баллов (65% от общей суммы баллов)

«Не освоен» - 38 баллов и ниже (меньше 65% от общей суммы баллов)

**Оценка деятельности задания 1:**

<b>Результат</b>	Текстовый файл сохраненный в папке студента.
<b>20 баллов</b>	Информация в задании имеет четкую структуру последовательности действий, использовано несколько источников, сохранение выполнено в соответствии с требованиями к заданию и форматирование текста соблюдено.
<b>15 баллов</b>	Информация в задании имеет четкую структуру последовательности действий, использовано несколько источников, допущены ошибки при сохранении или форматировании текста.
<b>10 баллов</b>	Представленная информация дает ответ на данный вопрос, но не представляет последовательность действий, а идет сплошным текстом. Требования к сохранению и форматированию соблюдены.
<b>5 баллов</b>	Представленная информация дает ответ на данный вопрос, но не представляет последовательность действий, а идет сплошным текстом, допущены ошибки при сохранении или форматировании текста.

**Оценка деятельности задания 2:**

<b>Результат</b>	
<b>20 баллов</b>	
<b>15 баллов</b>	
<b>10 баллов</b>	
<b>5 баллов</b>	

**Оценка деятельности задания 3:**

<b>Результат</b>	
<b>20 баллов</b>	
<b>15 баллов</b>	
<b>10 баллов</b>	
<b>5 баллов</b>	

Оценка знаний, умений и навыков по результатам текущего контроля производится в соответствии с универсальной шкалой ( таблица)

Процент результативности (правильных ответов)	Качественная оценка индивидуальных образовательных достижений	
	Балл (отметка)	Вербальный аналог
90-100	5	Отлично
80-89	4	Хорошо
70-79	3	Удовлетворительно
Менее 70	2	Неудовлетворительно

