

Нестеренко Ирина Юрьевна

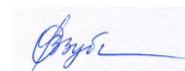
Подписано цифровой подписью:

Нестеренко Ирина Юрьевна

Дата: 2026.05.22 14:49:03 +05'00'

УТВЕРЖДАЮ

Заместитель директора Ур СЭИ (филиал)
ОУП ВО «АТиСО» по УВР



О.В. Зубкова

« 25» марта 2025 г

**МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ
ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ**

РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

**СПЕЦИАЛЬНОСТЬ СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО
ОБРАЗОВАНИЯ**

42.02.01 Реклама

(код профессии, специальности СПО)

Специалист по рекламе

(наименование квалификации)

Кафедра: Экономика

Разработчики программы:

Преподаватель кафедры экономики С.В. Линьков

Методические материалы обсуждены на заседании кафедры экономики
протокол № 6 от «11» марта 2025 г.

Заведующий кафедрой экономики



С.М. Осташевский

«11» марта 2025 г.

Оглавление

1 Оценочные средства для проведения текущего контроля по учебной дисциплине	3
2 Контрольно-измерительные материалы для проведения текущего контроля по учебной дисциплине.....	19

Коды формируемых общих и профессиональных компетенций	Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)
ОК 1,2; ПК 4.1	У1, У2, У3, У4, У5, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37

1 Оценочные средства для проведения текущего контроля по учебной дисциплине

Тема 1. Сущность и характерные черты современного менеджмента

Тестовое задание №1 «Характерные черты менеджмента»

1. Менеджмент – это:
 1. управление человеческим коллективом в процессе общественного производства
 2. целенаправленный, осознанный процесс регулирования процессов производства для достижения целей организации
 3. управление производственно-хозяйственными системами: предприятиями, фирмами, компаниями и т.д.
 4. деятельность по подготовке, выработке и реализации управленческих решений
2. Менеджмент как наука – это:
 1. комплекс знаний о методах и способах управления производством
 2. экономическая наука о способах подготовки, принятия и реализации управленческих решений в сфере производства
 3. система методологических приемов и способов для изучения науки менеджмент
 4. отрасль знаний со специфическим предметом и методами изучения закономерностей
3. Главное содержание менеджмента – это:
 1. обеспечение эффективной деятельности организации по достижению ее целей
 2. интегрированный процесс выработки решений по использованию ресурсов производственно-хозяйственной системы
 3. организация деятельности аппарата управления производственно-хозяйственной системы
 4. управление производством, кадрами и финансами для достижения поставленных целей
4. Кто такой менеджер?
 1. профессия, которую может освоить человек, независимо от его психофизических характеристик
 2. человек, прошедший специальную подготовку и добивающийся результата посредством труда других людей
 3. профессионал-организатор, обладающий определенной суммой знаний в сфере управления производством, технологии и экономики
 4. субъект управления, должностное лицо в организации, обладающий знаниями и навыками управления, наделенный полномочиями и ответственностью
5. Что является основными факторами развития менеджмента?
 1. разделение и кооперация труда, технико-технологический уровень производства
 2. особенности и особый уровень производства, уровень развития науки и технологий
 3. доминирующий способ общественного производства
 4. уровень развития информационно-технического обеспечения производства и оснащенности управленческого труда
6. Что является объектом и субъектом менеджмента?
 1. технические ресурсы
 2. люди
 3. финансовые ресурсы
 4. технологии
7. Главной задачей менеджера является:

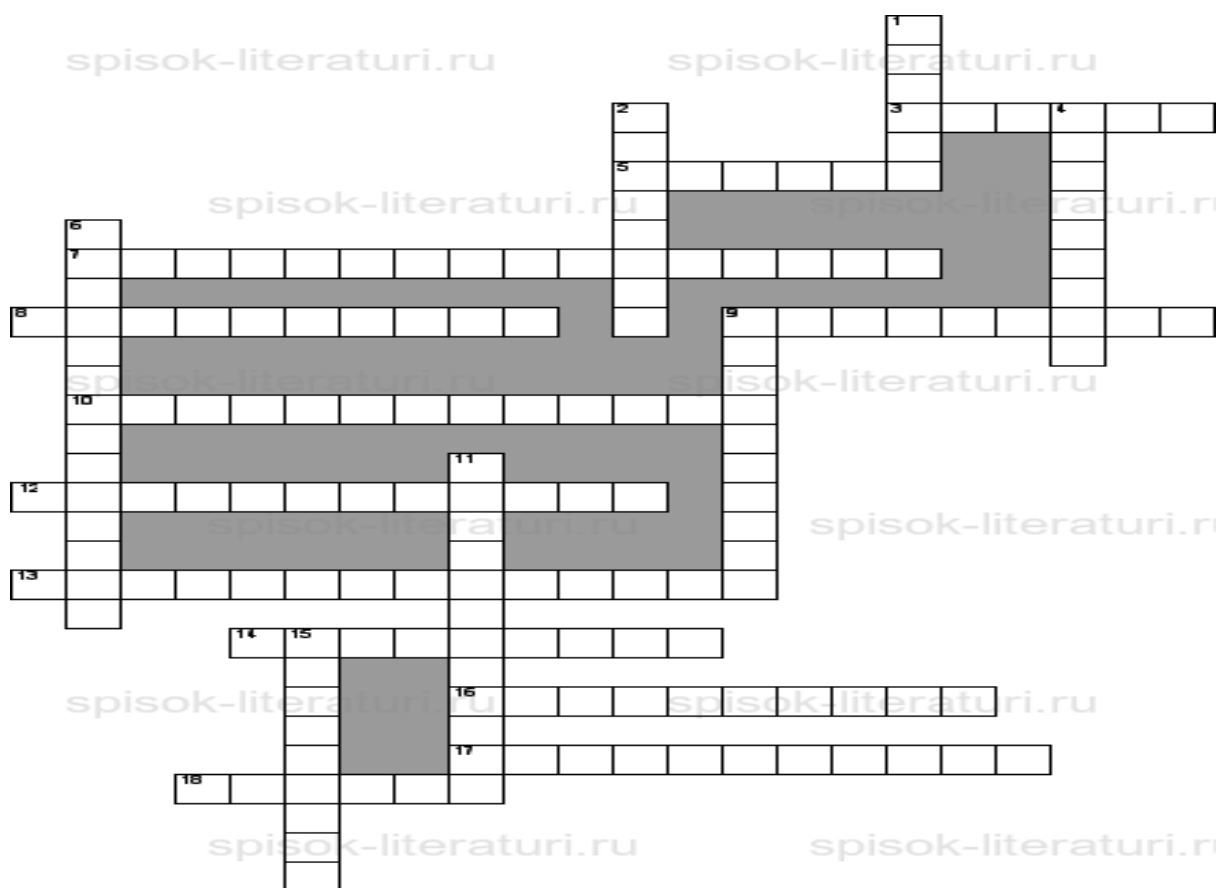
1. максимизация прибыли
 2. организация труда персонала
 3. получение максимальной отдачи от имеющихся ресурсов
 4. налаживание системы внутрифирменных коммуникаций
8. Менеджмент и управление – это:
1. одно и то же
 2. разные, но связанные между собой процессы
 3. взаимосвязанные процессы, в которых менеджмент является особой областью управления
 4. взаимосвязанные процессы, в которых управление является особой областью менеджмента
9. В какой стране сложились условия, способствовавшие появлению менеджмента?
1. Аргентине
 2. Бразилии
 3. Польше
 4. США

Вопросы для обсуждения по теме «Объекты и субъекты управления. История развития менеджмента».

1. Субъект и объект в управлении: относительность понятий, менеджер как субъект управленческой деятельности?
2. Задачи управления современной деловой организацией; организация как объект управления?
3. Школы управления: школа научного управления, классическая (административная) школа, школа человеческих отношений, школа поведенческих наук. Их краткая характеристика.

Тема 2. Целенаправленность управления

Кроссворд на тему: «Методы менеджмента»



Вопросы к кроссворду:

По горизонтали:

3. Способы воздействия субъекта управления на управляемый объект для достижения определённых целей
5. К экономическим методам, применяемым на уровне организации относят метод коммерческий ...
7. Метод прямого воздействия, носящий директивный, распорядительный характер называется
8. Что управляет планомерной и слаженной работой организационно-распорядительных методов управления
9. Что определяет выбор и содержание экономического воздействия экономических методов управления
10. Этот социальный метод предназначен для упорядочения и гармонизации социальных отношений в коллективе
12. Методы управления разделённые по содержанию идентифицируются с функциями управления: организация, контроль и ...
13. В управленческой практике экономические методы руководства выступают в следующих формах: планирование, анализ, хозрасчет, ценообразование, ...
14. К экономическим методам, применяемым на уровне отдельного рабочего относят метод материальное...
16. Тип подчинения организационно-распорядительного воздействия, который сопровождается чувством зависимости и нажима сверху
17. Этот социальный метод предназначен для формирования и поддержания в коллективе прогрессивных норм
18. Что поддерживает организационно-распорядительные методы управления

По вертикали

1. Социально - психологические методы управления созданы чтобы поддержать это
2. Этот показатель положен в основу классификации методов управления по направленности действия
4. На что воздействуют социально-психологические методы управления
6. Демократизация управления, обеспечивающая работникам возможность участвовать в процессе принятия решений, влиять на положение дел в организации
9. Специфика приемов и способов воздействия
11. Уровень, на котором применяются государственные заказы, налоговая и инвестиционная политика, Национальные прогнозы
15. Тип подчинения организационно-распорядительного воздействия, который воспринимается как объективная необходимость

Практическое задание по теме «Общие и частные принципы управления»

Принципы менеджмента - это основные правила, вытекающие из объективных экономических законов и закономерностей общественного развития, которыми должны руководствоваться субъекты (органы) управления в целях обеспечения высокой эффективности управления. Главными принципами управления являются научные подходы к управлению.

Цель практического задания: приобрести навыки применения научных подходов и принципов менеджмента к практике управления.

Задание:

1. Основатель классической административной школы управления А. Файоль в 1916 г. в книге "Общее и промышленное управление" сформулировал 14 принципов менеджмента. В их числе принципы стабильности персонала, централизации, скалярной цепи. В чем сущность данных принципов? Каково значение их для современной практики управления?

2. Перечислите крупные кампании и мероприятия советского и постсоветского периодов, при проведении которых игнорировался или недостаточно учитывался принцип соответствия способов и средств воздействия закономерностям, присущим объекту управления. Прокомментируйте свои выводы.

3. В последние годы на Западе сформировалась система взглядов на управление, опирающаяся на ряд принципов. Среди них: участие менеджеров в работе групп на всех этапах как условие согласованности работы, этика бизнеса, коммуникации, пронизывающие фирму по горизонтали и вертикали. Пояснить, каково содержание данных принципов управления?

4. Объясните, в чем состоит сущность и отличие административного и нормативного подходов к управлению предприятием?

5. Поясните: что предполагает использование маркетингового подхода к управлению промышленным предприятием в современных российских условиях?

6. Какова сущность принципов менеджмента - экономичности и эффективности управления? В чем состоит различие между данными принципами управления?

7. Каких конкретных действий требует от руководителей промышленного предприятия соблюдение принципа устойчивости к воздействиям факторов внешней среды?

8. В чем состоит сущность принципа единоначалия?

9. В основе каких традиционных организационных структур управления предприятиями заложен принцип единоначалия? Какие традиционные организационные структуры управления предприятиями предрасположены к нарушению данного принципа?

10. На ряде российских предприятий и организаций руководители функциональных подразделений и низовых звеньев (начальники отделов, заведующие секциями, лабораториями и т. д.) непосредственно руководят деятельностью подчиненных - сотрудников соответствующих подразделений по реализации целей, стоящих перед данными подразделениями, что отражено в положениях о них. Вместе с тем данные положения не предоставляют каких-либо существенных прав руководителям соответствующих подразделений поощрению и наказанию подчиненных работников. Укажите, какой

принцип управления нарушается в результате этого? Какие возможны нежелательные последствия этого?

11. Руководствуясь каким известным принципом управления, менеджер регулярно контролирует соотношение результатов деятельности предприятия (подразделения) и затрат на управление им?

12. Руководствуясь научным принципом управления, менеджер при делегировании подчиненному работ (задач) должен передавать ему необходимую (ые) для выполнения этих работ или задач (выбрать требуемое):

- ♦ ответственность
- ♦ власть
- ♦ полномочия.

13. Привести примеры наблюдаемых вами нарушений на практике принципа соответствия полномочий поставленным задачам.

14. Объяснить: какие принципы управления и в чем нарушены в следующих ситуациях:

- ♦ к разработке программы технического перевооружения предприятия не были привлечены низовые, рабочие коллективы;

- ♦ специалисты предприятия часто выполняют те виды работ, которые требуют меньшей квалификации;

- ♦ в процессе деятельности предприятия нередко принимаются такие решения, в которых основное внимание уделяется задачам, обязанностям, ответственности, причем в сочетании с угрозой применения жестких санкций. Как правило, правам и необходимым для осуществления деятельности средствам в них уделяется мало внимания;

- ♦ деятельность подразделений предприятия не увязана единым распорядком рабочего дня.

Основываясь на рассмотренных управленческих ситуациях и заданиях, сделать выводы:

- ♦ о значении научных подходов и принципов управления для практики управленческой деятельности;

- ♦ о последствиях игнорирования научных подходов и принципов управления.

Тема 3. Планирование как функция менеджмента; Тема 5. Координация деятельности в организации; Тема 6. Контроль и регулирование

Практикум по теме «Значение и содержание функций менеджмента»

Задачи практикума:

- закрепить теоретические знания по общим функциям менеджмента;
- научиться анализировать деятельность организации, давать оценку происходящим событиям, вырабатывать, аргументировать и отстаивать собственное мнение в вопросах управления.

Порядок выполнения работы

1. Перед занятием студенты повторяют лекционный материал по теме: «Функции менеджмента в рыночной экономике: организация, планирование, мотивация и контроль деятельности экономического субъекта. Значение и содержание функций менеджмента».

Студенты работают над заданием индивидуально или в парах.

2. Этапы работы:

1 этап. Пользуясь интернет источниками (собственным опытом практической деятельности / материалом предоставленным преподавателем), студентом выбирается реальное предприятия действующее на рынке. Проводится анализ деятельности, рассматривается применение общих функций менеджмента.

2 этап. Студентами самостоятельно выявляются проблемы в деятельности предприятия и симптомы этих проблем, анализируются причины их возникновения;

3 Этап. Разрабатывается проект решения проблем, обозначаются положительные и отрицательные последствия управленческих решений, предлагаемых студентами, формируется собственное мнение о путях решения проблем организации.

4 Этап. Проект оформляется в электронном виде (слайды) и презентуется во время практического занятия. По окончании презентаций происходит обсуждение представленных ответов устно.

Тема 4. Организация как функция менеджмента

Вопросы для обсуждения по теме «Организационные структуры управления»

1. Что включает в себя понятие организационной структуры управления?
2. Назовите и поясните элементы организационной структуры организации.
3. Перечислите основные принципы проектирования организационных структур.
4. Назовите основные требования к организационным структурам.
5. В чем отличие, преимущества и недостатки линейной структуры управления?
6. Назовите особенности построения, преимущества и недостатки функциональной структуры управления.
7. Дайте характеристику линейно-функциональной структуры управления.
8. Каковы преимущества и недостатки дивизиональных структур управления?
9. Назовите особенности формирования матричной структуры управления. Опишите их преимущества и недостатки.
10. Что общего и чем отличаются централизованная и децентрализованная системы управления?
11. Продумайте схему и разработайте варианты структур управления в вашей либо известной вам организации. Опишите их.

Тема 7. Мотивация в системе менеджмента

Управленческие ситуации по теме «Мотивация в менеджменте»

Задание 1. Подумайте, как соотносятся понятия «мотив» и «стимул». Проанализируйте с этой точки зрения следующие два высказывания:

- «Я убежден, что жизнь любого человека должна быть наполнена постоянными и неожиданными стимулами, которые будут побуждать его держаться каждый раз на самом высоком уровне» (Букер Тальяферро).
- «Деньги и вера всегда были сильной мотивацией» (Дэн Браун).

Задание 2. Прочитайте следующую притчу и ответьте на вопрос о том, какая мотивация у этих людей.

На стройке работали три человека. Занимались все одним и тем же, но когда их спросили, что они делают, то ответы оказались разными. Один сказал: «Я кладу кирпичи». Другой: «Я зарабатываю себе и своей семье на жизнь». А третий ответил: «Я строю храм, который простоят века».

Задание 3. По данным исследования, проведенного компанией «Mc Kinsey», 89% американских компаний считает льготы необходимым средством поддержания конкурентоспособности, а также привлечения и сохранения персонала. Подавляющее большинство участников исследования, проведенного среди руководителей и владельцев бизнеса, сообщило, что их компания предлагает персоналу услуги по медицинскому страхованию, при этом в 68% организаций также предоставляются льготы, связанные с пенсионным обеспечением. Большинство опрошенных назвали льготы в числе трех факторов, оказывающих максимальное влияние на бюджет компании. В ходе исследования был выявлен ряд основных причин, по которым компании выплачивают льготы.

- Какие цели преследуют компании, предоставляя своим сотрудникам льготы?

1. Увеличение производительности труда
2. Сокращение налогооблагаемой базы
3. Укрепление корпоративного имиджа компании
4. Выполнение требований профсоюзов
5. Ответственность за служащих

6. Привлечение и удержание кадров 63% руководителей, чьи компании предоставляют и медицинские, и пенсионные льготы, считают расходы на первые более важной статьёй бюджета компании.

- Как вы считаете, насколько цели американских компаний совпадают с целями российских компаний при предоставлении социальных льгот своим сотрудникам?

- Какие цели преследуют российские компании?

Задание 4. В обзоре, проведенном Renaissance Worldwide и журналом «CFO Magazine» среди 200 крупнейших западных компаний, удалось выявить следующие недостатки традиционных систем оценки эффективности деятельности компаний: видение и стратегия не обеспечивают руководства к действию. Менее 40% менеджеров среднего звена и 5% сотрудников более низкого уровня четко понимают видение и действуют на основе стратегии, а задачи, достижения и инициативы сотрудников не связаны со стратегией. Как правило, они устанавливаются в соответствии с годовым финансовым планом. Только 50% высших руководителей, 20% менеджеров среднего уровня и 10% сотрудников низшего уровня осуществляют свои действия и используют системы поощрения, ориентированные на исполнение стратегии.

- Подумайте, каким образом следует изменить систему стимулирования сотрудников предприятия, чтобы она была ориентирована на реализацию стратегии предприятия?

- Какие показатели премирования и другие стимулы должны присутствовать в такой программе стимулирования сотрудников гостиничного предприятия?

Тема 8. Функция руководства; Тема 9. Лидерство (стили руководства) в менеджменте

Вопросы для обсуждения по теме «Лидерство (стили руководства) в менеджменте.

Власть и влияние руководителя».

1. Понятия лидерства и руководства.
2. Концепции лидерства. Ситуационные теории лидерства.
2. Психологические теории лидерства.
3. Теории лидерских стилей (теории управления человеком).
4. Личностно-ситуационные теории лидерства.
5. Атрибутивные теории лидерства.
6. Теории трансформационного лидерства.
7. Теории лидерских черт, или теории «великого человека».
8. Харизма. Критерии руководителя-лидера.
9. Стиль руководства и элементы, его определяющие. Подходы к изучению и улучшению стиля руководства.
10. Значение власти и влияния в организационном поведении. Понятие власти и влияния. Баланс власти. Формы власти и влияния.

Тест «Определение стиля руководства трудовым коллективом» по теме «Лидерство (стили руководства) в менеджменте»

Задание к тесту: Данный опросник позволяет определить стиль руководства и тип лидера - руководителя в трудовом коллективе.

Инструкция: Перед Вами 16 групп утверждений, характеризующих деловые качества руководителя. Каждая группа состоит из трёх утверждений, обозначенных буквами а, б, в. Вам следует внимательно прочесть все три утверждения в составе каждой группы и выбрать одно, которое в наибольшей степени соответствует Вашему мнению о конкретном руководителе.

1. а) Требуется, чтобы обо всех делах докладывали именно ему.
- б) Старается всё решать вместе с подчинёнными, единолично решает только самые срочные и оперативные вопросы.
- в) Некоторые важные дела решаются фактически без участия руководителя, его функции выполняют другие.

2. а) Всегда что-нибудь приказывает, распоряжается, настаивает, но никогда не просит.
б) Приказывает так, что хочется выполнить.
в) Приказывать не умеет.
3. а) Стараются, чтобы его заместители были квалифицированными специалистами.
б) Руководителю безразлично, кто работает у него заместителем, помощником. в) Он добивается безотказного исполнения и подчинения заместителей, помощников
4. а) Его интересует только выполнение плана, а не отношения людей друг к другу.
б) В работе не заинтересован, подходит к делу формально.
в) Решая производственные задачи, старается создать хорошие отношения между людьми в коллективе.
5. а) Наверное, он консервативен, так как боится нового.
б) Инициатива подчинённых руководителем не принимается.
в) Способствует тому, чтобы работали самостоятельно.
6. а) На критику руководитель обычно не обижается, прислушивается к ней.
б) Не любит, когда его критикуют, и не старается скрыть это.
в) Критику выслушивает, даже собирается принимать меры, но ничего не предпринимает.
7. а) Складывается впечатление, что руководитель боится отвечать за свои действия, желает уменьшить свою ответственность.
б) Ответственность распределяет между собой и подчинённым.
в) Руководитель единолично принимает решения или отменяет их.
8. а) Регулярно советуется с подчинёнными, особенно с опытными работниками.
б) Подчинённые не только советуют, но могут давать указания своему руководителю.
в) Не допускает, чтобы подчинённые ему советовали, а тем более возражали.
9. а) Обычно советуется с заместителями и нижестоящими руководителями, но не с рядовыми подчинёнными.
б) Регулярно общается с подчинёнными, говорит о положении дел в коллективе, о трудностях, которые предстоит преодолеть.
в) Для выполнения какой-либо работы ему нередко приходится уговаривать своих подчинённых.
10. а) Всегда обращается к подчинённым вежливо, доброжелательно.
б) В обращении с подчинёнными часто проявляет равнодушие.
в) По отношению к подчинённым бывает нетактичным и даже грубым.
11. а) В критических ситуациях руководитель плохо справляется со своими обязанностями.
б) В критических ситуациях руководитель, как правило, переходит на более жёсткие методы руководства.
в) Критические ситуации не изменяют способа его руководства.
12. а) Сам решает даже те вопросы, с которыми не совсем хорошо знаком.
б) Если что-то не знает, то не боится этого показать и обращается за помощью к другим.
в) Он не может действовать сам, а ждёт «подталкивания» со стороны.
13. а) Пожалуй, он не очень требовательный человек.
б) Он требователен, но одновременно и справедлив.
в) О нём можно сказать, что он бывает слишком строгим и даже придирчивым.
14. а) Контролируя результаты, всегда замечает положительную сторону, хвалит подчинённых.
б) Всегда очень строго контролирует работу подчинённых и коллектива в целом.
в) Контролирует работу от случая к случаю.
15. а) Руководитель умеет поддерживать дисциплину и порядок.
б) Часто делает подчинённым выговоры, замечания.
в) Не может влиять на дисциплину.
16. а) В присутствии руководителя подчинённым всё время приходится работать в напряжении.
б) С руководителем работать интересно.
в) Подчинённые предоставлены сами себе.

По всей совокупности ответов определяется доминирующий стиль руководства: авторитарный, демократический или либеральный.

А - АВТОРИТАРНЫЙ СТИЛЬ

Л – ЛИБЕРАЛЬНЫЙ СТИЛЬ

Д – ДЕМОКРАТИЧЕСКИЙ СТИЛЬ

Тема 10. Управленческое решение

Деловая игра «Алгоритм решения управленческих проблем»

Цель деловой игры: разработка алгоритма решения управленческих задач, приобретение практики коллективной выработки решений.

Задачи деловой игры: создание алгоритма решения управленческих проблем (АРУП).

Предлагаемая деловая игра позволит ее участникам определить логически обоснованную последовательность действий хозяйственных руководителей при выявлении, анализе и решении управленческих проблем, освоить технологию групповой работы, выделить ситуационного лидера, убедиться, как хорошая самоорганизация группы повышает эффективность ее деятельности.

Исходная информация: Как известно, искусство руководителя состоит в том, чтобы вовремя оценивать проблемы и намечать пути их решения. Недаром говорится: «Кто не предвидит проблем, тот не управляет».

В своей практической деятельности вы постоянно решаете проблемы организационно-управленческой деятельности. Сейчас вам предлагается то, что вы делаете на практике при решении проблем, представить в виде алгоритма, то есть в определенной последовательности умственных действий, приводящих к решению хозяйственных проблем. Ваша задача состоит в том, чтобы определить последовательность выполнения руководителем действий, представленных в бланке участника игры.

Методические рекомендации и порядок проведения деловой игры: преподаватель (организатор игры) ставит задачу на игру, объясняет исходные условия игры и задачи ее участников. Каждый участник игры принимает самостоятельное решение по разработке АРУП. вырабатывает собственное мнение на основе практического опыта решения проблем. Каждая играющая команда путем взаимных консультаций составляет общее мнение по разработке АРУП. Один из членов играющей команды (ситуативный лидер) докладывает и отстаивает мнение своей команды.

Процедура игры: Обозначено 18 действий в бланке играющего, надо последовательно составить алгоритм решения управленческих проблем, для чего необходимо пронумеровать действия порядковыми номерами, начиная с 1 и до 18. Каждый игрок принимает решение самостоятельно, без каких-либо консультаций с остальными игроками. На все неясные вопросы отвечает только руководитель игры. Окончание работы игроки обозначают поднятой рукой. Затем все игроки разбиваются на команды по 5-7 человек в зависимости от общего количества играющих и в свободном обмене мнениями вырабатывают общее коллективное мнение относительно АРУП. Команды между собой мнениями не обмениваются. Решение задачи обозначается поднятием руки. Представитель команды, докладывая групповое решение, имеет право защищать его логическими доводами. Руководитель игры фиксирует время принятия решений как индивидуальных, так групповых.

Модель игры: Руководитель объясняет исходную ситуацию и правила игры. На аудиторной доске можно воспроизвести несложный рисунок. Игрокам раздаются бланки участника игры. Устно даются необходимые пояснения к ним. Участники игры принимают решения по поставленной задаче индивидуально, а затем коллективно по группам. Представитель каждой группы докладывает о принятии решения и его логическом обосновании. Руководитель на основании личных наблюдений анализирует работу играющих, объявляет результаты, поощряет победителей.

Регламент игр: Игра проводится в один цикл. Ориентировочное время этапов игры: введение в игру (объяснение руководителя) - 15 мин.; индивидуальные решения участников - 30 мин.; коллективные решения участников - 30 мин.; подведение итогов и объявление результатов - 15 мин.

Эталонный алгоритм решения управленческих проблем: Отклонение фактического состояния системы управления от желаемого. Определение существования проблемы.

Формулирование проблемы. Построение проблемы. Оценка новизны проблемы. Определение причин возникновения проблемы. Установление взаимосвязи с другими проблемами. Оценка степени полноты и достоверности информации о проблеме. Определение разрешимости проблемы. Разработка вариантов решения проблемы. Выбор критериев оценки вариантов решения. Оценка вариантов решения. Выбор решения. Оформление решения. Постановка задач исполнителям. Документальное оформление задач. Организация выполнения решения. Контроль за выполнением решения. Подведение итогов деловой игры.

Руководитель игры сравнивает индивидуальные и коллективные решения по разработке АРУП с эталоном, объявляет результаты игры, анализирует групповую деятельность ее участников, соотнося ее с результатами. Критерии оценки:

- время решения задачи;
- правильность решения задачи - суммарная ошибка в решении задачи при индивидуальной и групповой работе.

За правильное решение принять эталонный алгоритм решения управленческих проблем.

Тема 11. Коммуникационный процесс

Вопросы для обсуждения по теме «Коммуникации в системе управления»

1. В чем заключается значение коммуникаций для организации?
2. Назовите основные этапы процесса коммуникаций.
3. Какие переменные можно выделить в межличностном процессе коммуникаций?
4. Какие типы данных может содержать сообщение?
5. Назовите основные трудности в передаче информации.
6. Дайте определение понятиям средства и каналы коммуникации.
7. Что влияет на выбор устного или письменного канала коммуникаций?
8. Назовите основные виды каналов коммуникаций.
9. Какие виды информации передаются по вертикальным каналам коммуникаций?
10. Что представляют собой горизонтальные каналы коммуникаций?
11. Дайте определение понятию коммуникационные сети.
12. Назовите основные виды коммуникационных сетей.
13. Перечислите основные трудности в организации коммуникаций.
14. Назовите пути улучшения коммуникаций.

Тема 12. Культура организации

Тестовое задание

1. Один из общих методов исследования организационной культуры:
 - а) системный +
 - б) анализ
 - в) дискуссия
2. Культура «усердной работы» по Т. Дилу и А. Кеннеди предполагает:
 - а) высокая степень риска и медленная обратная связь
 - б) риск невелик, быстрая обратная связь, поощрение работников +
 - в) слабая обратная связь, постоянное поощрение сотрудников

3. Один из общих методов исследования организационной культуры:
- а) культурологический
 - б) дискуссия
 - в) антропологический +
4. Как называется по С. Ханди культура, в основе которой лежит опыт сотрудников:
- а) культура Афины +
 - б) культура Зевса
 - в) культура Аполлона
5. Один из общих методов исследования организационной культуры:
- а) культурологический
 - б) анализ
 - в) социологический +
6. Как называется по С. Ханди культура, в основе которой лежат бюрократические принципы:
- а) культура Гермеса
 - б) культура Аполлона +
 - в) культура Зевса
7. Учитывать принципы этики в управлении персоналом необходимо при:
- а) увольнении персонала
 - б) привлечении к ответственности персонала
 - в) адаптации персонала +
8. Как называется по С. Ханди культура, в основе которой лежит приоритет личной власти:
- а) культура Зевса +
 - б) культура Афины
 - в) культура Зевса
9. Учитывать принципы этики в управлении персоналом необходимо при:
- а) взыскании с персонала штрафа
 - б) отборе персонала
 - в) мотивации персонала +
10. Как называется характеристика социально-профессиональных качеств специалиста:
- а) профессиональное отношение
 - б) профессиональная культура +
 - в) профессиональное сознание
11. Учитывать принципы этики в управлении персоналом необходимо при:
- а) стимулировании персонала +
 - б) увольнении персонала
 - в) привлечении к ответственности персонала
12. Наибольшее воздействие на культуру организации оказывает:
- а) степень риска, связанного с деятельностью организации
 - б) социальное и деловое окружение, в котором она функционирует +
 - в) быстрое принятие решений
13. Учитывать принципы этики в управлении персоналом необходимо при:
- а) развитии персонала +
 - б) отборе персонала
 - в) взыскании с персонала штрафа
14. Для изменения культуры необходима особая стратегия управления культурой в организации. Она предполагает:
- а) смену руководства
 - б) оба варианта верны
 - в) разработку специальных предложений и мер +

15. Под профессиональной этикой понимается:

- а) конкретный набор норм, или кодекс поведения, которым руководствуются лица, принимающие решения, играя различные профессиональные роли +
- б) исследование специфики моральных отношений внутри организаций
- в) моральные отношения между субъектами, обладающими одинаковыми характеристиками

Тема 13. Социофакторы и этика менеджмента

Задание 1. Разбор ситуаций.

Вариант1.

Ситуация А.

Вы проводите обсуждение итогов года с вашим сотрудником. Результаты его работы, в общем, вполне позитивные. Сотрудник, ссылаясь на это, говорит о повышении зарплаты. Вы знаете, что в настоящее время на это отсутствуют средства.

Вы говорите: ...

Ситуация Б.

Рабочий попросил у начальника отпуск на 4 дня в связи с бракосочетанием.

- Почему четыре? – спросил начальник.

- Помните, когда мастер Петров женился, Вы ему дали четыре дня?

Начальник разрешил выйти на работу через три дня. Рабочий самовольно прибавил еще один день.

Как вы отреагируете на проступок рабочего?

Вариант2.

Ситуация А.

Один из ваших подчиненных опаздывает на работу в третий раз за последние три недели. До сих пор вы не говорили с ним об этом, надеясь, что это были исключения, которые не повторятся. Опаздывая в третий раз, этот сотрудник на бегу сталкивается с вами.

Вы говорите: ...

Ситуация Б.

Подчиненный второй раз не выполнил ваше задание «в срок», хотя обещал и давал слово, что подобного случая больше не повторится.

Ваши действия:

А. Дождаться выполнения задания, а затем сурово поговорить наедине, предупредив в последний раз.

Б. Не дожидаясь выполнения задания, поговорить с ним о причинах повторного срыва, добиться выполнения задания, наказав за срыв рублем.

В. Посоветоваться с опытным работником, авторитетным в коллективе, как поступить с нарушителем? Если такого работника нет, вынести вопрос о недисциплинированности на собрание коллектива.

Г. Другое: ...

Тема 14. Организация и планирование рекламных кампаний

Тестовое задание

Вопрос
1. Паттерн цикла покупки, паттерн известности, сезонный паттерн применяют для: а) НЕ устойчивых товаров; б) устойчивых товаров; в) сезонных скидок; г) повышения имиджа; д) развития логистики;

2. Распределение активных периодов рекламной кампании это: а) охват целевой аудитории за единицу времени; б) расчет доли аудитории определенной программы; в) Паттерн-охват; г) Паттерн-захват; д) единица измерения охвата аудитории.
3. Для товаров и услуг с длинным циклом покупки и требующих длительного времени принятия решения применяют: а) Паттерн известности; б) Паттерн цикла покупки; в) Сезонный паттерн; г) Паттерн неизвестности; д) Ни один из перечисленных.
4. Что такое «просмотровая яма»? а) время наибольшего охвата аудитории телеканала или радиостанцией; б) вторая минута трехминутного рекламного ролика на ТВ; в) первые тридцать секунд ролика; г) часть помещения гаража; д) неудачный медиаплан.
5. Определенное количество повторов, обеспечивающее накопление информации у целевой аудитории, это: а) кумулятивный эффект рекламы в медиапланировании; б) информирование целевой аудитории о выходе товаров; в) содержание рекламного сообщения; г) освоение рекламного бюджета; д) максимальное количество повторов рекламного сообщения.
6. Охват – это: а) Reach; б) GRP; в) Share; г) Frequency; д) GPS.
7. Чем можно объяснить применение метода медиа-микс в медиапланировании? а) относительной дешевизной; б) усилением воздействия на целевую аудиторию за счет яркости сообщения; в) увеличением частоты и охвата за счет увеличения количества медиа-носителей; г) уменьшением частоты и охвата за счет увеличения количества медиа-носителей; д) всеобщим трендом сегодняшнего дня.
8. Процесс выбора средств, места, времени, размера и частоты рекламы это: а) медиапланирование; б) деятельность по сбору, обработки и передачи информации в СМИ; в) вид деятельности, направленный на повышение эффективности рекламы в СМИ; г) стратегическое мышление; д) анализ популярности СМИ.
9. Время наибольшего охвата аудитории телеканала – это: а) время начала рекламной кампании; б) прайм-тайм; в) время прохождения рекламной кампании; г) «Первое время»; д) время завершения рекламной кампании.
10. Из-за высокой степени ротации аудитории размещение рекламы на ТВ:

- а) требует большего количества повторов;
- б) требует больших средств;
- в) не просматривается телезрителями;
- г) не пользуется доверием телезрителей;
- д) не окупается.

Тема 15. Медиапланирование

Вопросы для обсуждения

1. Факторы формирования стратегии медиапланирования.
2. Перевод маркетинговых задач в рекламные.
3. Стратегии планирования: стратегия целевой аудитории. Эффективная аудитория. Тактическое медиапланирование и его этапы.
4. Понятие медиа-брифа
5. Изучение поведения потребителей.
6. Мониторинг рекламной информации.
7. Факторы, определяющие состав и границы аудитории.
8. Методы изучения аудитории.
9. Параметры медиапланирования как показатели коммуникативной эффективности рекламной кампании: общие показатели и кумулятивные показатели.
10. Медиастратегии (охват/частота), паттерны охвата целевой аудитории.
11. Параметры, влияющие на структуру используемых в медиакампании СМИ.
12. Печатные СМИ.
13. Он-лайн издания в медиапланировании.
14. Радио и его возможности с точки зрения медиапланирования.
15. Телевидение: особенности использования в медиапланировании.
16. Измерение радио- и телеаудитории.
17. Наружная реклама.
18. Влияние маркетинговых характеристик объекта на выбор СМИ.
19. Ценообразование, тарифы и скидки на размещение рекламных материалов.
20. Понятие медиабайинга и медиаселлинга.
21. Расчет прогнозного рейтинга телеканала.
22. Ценовые параметры медиапланирования, понятие сравнительной стоимости.
23. Выбор информационного канала на основе сравнения тарифов с учетом рекламного бюджета.
24. Расчет бюджета медиапланирования: основные модели.
25. Проблема приобретения места для размещения рекламы

Тема 16. Контроль и оценка эффективности рекламной деятельности

Задание 1. Тест

Вопрос
1. Пользователи Рунета наиболее активны:
а) в онлайн играх;
б) в онлайн платежах;
в) в онлайн шопинге;
г) в онлайн общении;
2. Рекламная стратегия включает в себя:
а) постановки целей и задач рекламы;
б) определения целевой аудитории;
в) определения конкурентного преимущества товара и предлагаемой выгоды;
г) выбора средств распространения рекламной информации и особенностей их

использования; д) все вышеперечисленное
3.СРА это: а) количество целевых действий; б) % конверсии в целевое действие; в) стоимость целевого действия; г) форма заявки клиента
4.Охват это: а) %индивидов ЦА, проконтактировавших с сообщением; б) %индивидов ЦА, проконтактировавших хотя бы один раз с сообщением; в) %индивидов ЦА, проконтактировавших хотя бы три раза с сообщением
5.Первостепенная цель имиджевой рекламы это: а) запоминание рекламируемой идеи, марки или бренда, а также вовлечение, принятие предлагаемых ценностей; б) увеличение объема продаж; в) возврат аудитории на сайт
6.Среди инструментов конкурентного анализа самыми популярными являются (возможны несколько вариантов ответов): а) advse.pro.ru б) wordstat в) ActionAllocator г) spywords
7.По каким из формул можно рассчитать СРО? а) $\text{СРО} = (100/\text{коэффициент конверсии}) * \text{СРС}$ б) $\text{СРО} = \text{бюджет} / \text{кол-во заявок}$ в) $\text{СРО} = \text{количество заявок} * \text{СРС}$ г) $\text{СРО} = \text{СРС} * \text{коэффициент конверсии}$
8. Определение маркетинговой проблемы является: а) медиацелью; б) решением по выбору СМИ; в) одной из составляющих концепции будущего медиаплана; г) задачей, не связанной с метапланированием; д) частью PR-стратегии.
9. Этапом подготовки рекламной кампании является: а) изучение интегрированных маркетинговых коммуникаций; б) создание и вывод на рынок нового товара; в) составление медиаплана; г) выделение рекламного бюджета; д) разработка слогана.
10.Для увеличения охвата целевой аудитории целесообразно применять: а) медиа-микс; б) стратегию «Одного СМИ»; в) BTL; г) MAX-media. д) Mix communication (стратегия ИМК);

Задание 2.Анализ GRP

Рейтинг — это число контактов за один выход (в процентах от целевой аудитории).

Сумма рейтингов (GRP) дает число контактов (в % от целевой аудитории) за все выходы.

$$GRP = \sum_{j=1}^L m_j \cdot R_j,$$

Где j – медиа,

m_j - число выходов медиа с номером,

R_j - рейтинг каждого медиа, L - полное число медиа.

Например, за неделю: четыре ролика по двадцать рейтингов - восемьдесят GRP; пять роликов по десять рейтингов - пятьдесят GRP. Общий недельный GRP: $80 + 50 = 130$. На профессиональном жаргоне заказ клиента может звучать так: "Хочу купить три тысячи GRP на телевидении".

Вариант 1. Определить GRP, если

Имеется СМИ с рейтингом $R = 6\%$. Число выходов этого СМИ — $m = 20$.

Вариант 2. Определить GRP, если

Имеется два СМИ с $R_1 = 6\%$ и $R_2 = 10\%$. Число выходов СМИ — $m = 20$, $m = 10$.

Задание 3. Расчет суммарного рейтинга

TRP (target rating point) - суммарный рейтинг, но не для всей аудитории, как GRP, а лишь для целевой группы.

Например: Рейтинг «Уральского рабочего» – 24%, число выходов – 2.

Рейтинг «Комсомольской правды» – 31%, число выходов – 4.

Рейтинг «АиФ» - 46%, число выходов 3.

Суммарный рейтинг определяется по формуле:

$$24 \times 2 + 31 \times 4 + 46 \times 3 = 310\% \text{ (пунктов)}$$

Один пункт рейтинга часто обозначается, как 1 GRP. Совокупный рейтинг является произведением охвата на частоту (F) размещений:

$$GRP = Reach \times F$$

Соответственно, если мы знаем значения совокупного рейтинга и охват аудитории, то можем определить среднюю частоту воздействия на потребителя:

$$F = GRP/Reach$$

Вариант 1. Определить TRP, если:

Один номер газеты «Уральский рабочий» в г. Челябинск читает 274 тыс.чел. Рассчитайте рейтинг издания.

Вариант 2. Определить TRP, если:

Рассчитайте суммарный рейтинг трех газет г. Челябинска, если аудитория одного СМИ – 300 тыс. чел., второго – 100 тыс. чел., третьего – 286 тыс. чел. В течение кампании реклама размещалась соответственно 4, 2, 8 раз.

Задание 4. Расчет OTS – полного числа контактов.

Полное число контактов обычно обозначают как OTS (Opportunity To See) или OTH (Opportunity To Hear) — для «услышанных» контактов.

Это количество раз, которое данное рекламное сообщение потенциально может увидеть (услышать) вся потенциальная аудитория.

$$OTS = N_A \times GRP,$$

где N_A — численность целевой аудитории.

Чем больше GRP, тем больше у аудитории шансов увидеть рекламу хотя бы 1 раз в рекламной кампании.

Например:

Пусть $N_A = 100\,000$.

Число контактов при GRP 120% составит:

$OTS = 100\,000 \times 120\% = 120\,000$ контактов.

Вариант 1. Пусть $N_A = 100\,000$. Рейтинг = 40%, Схема размера – 4 раза. Определите OTS.

Вариант 2. Пусть $N_A = 300\,000$. Рейтинг = 20%, Схема размера – 8 раз. Определите OTS.

2 Контрольно-измерительные материалы для проведения текущего контроля по учебной дисциплине

Шкала оценки для проведения текущего контроля по учебной дисциплине

№ п/п	Оценка за ответ	Характеристика работ
1	Отлично	Полный, исчерпывающий ответ, явно демонстрирующий глубокое понимание предмета и широкую эрудицию в оцениваемой области. Критический, оригинальный подход к материалу. Выразительность работы, оригинальность подачи. Общее техническое качество исполнения всех элементов задания полностью соответствует всем требованиям.
2	Хорошо	Ответ полный, основанный на проработке всех обязательных источников информации. Подход к материалу ответственный, но стандартный. Практическое задание выполнено в необходимой полноте и с требуемым общим техническим качеством. Ошибки отсутствуют. Или Ответ стандартный, в целом качественный, основан на всех обязательных источниках информации. Присутствуют небольшие пробелы в знаниях или несущественные ошибки. Практическое задание выполнено в соответствии с заданием. Имеются отдельные несущественные ошибки в техническом исполнении.
3	Удовлетворительно	Ответ демонстрирует понимание предмета в целом, без углубления в детали. Присутствуют существенные ошибки или пробелы в знаниях по некоторым темам. Практическое задание выполнено полностью, но в работе есть отдельные существенные ошибки, либо качество представления работы низкое, либо работа представлена с опозданием. Или Ответ неполный. При понимании сущности предмета в целом – существенные ошибки или пробелы в знаниях сразу по нескольким темам, незнание (путаница) важных терминов. Практическое задание выполнено полностью, но с многочисленными существенными техническими или композиционными ошибками. При этом нарушены сроки представления работы.
4	Неудовлетворительно	Неспособность ответить на вопрос без помощи экзаменатора. Незнание значительной части принципиально важных элементов дисциплины. Многочисленные грубые ошибки. Отсутствие одного или нескольких обязательных элементов практического задания, либо многочисленные грубые ошибки в работе.

		Или Непонимание заданного вопроса. Неспособность сформулировать хотя бы отдельные концепции дисциплины. Содержание работы полностью не соответствует заданию. Или Попытка списывания, использования неразрешенных технических устройств или пользования подсказкой другого человека (вне зависимости от успешности такой попытки). Представление чужой работы, плагиат, либо отказ от представления работы.
--	--	---