

Министерство сельского хозяйства Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный аграрный университет»

Институт экономики и управления
Кафедра организации аграрного производства и менеджмента

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
текущего контроля/промежуточной аттестации обучающихся при
освоении ОПОП ВО

по дисциплине
*«Формирование имиджа и репутации государственной и муниципальной
службы»*

Уровень высшего образования
МАГИСТРАТУРА

Направленность образовательной программы (профиль)
Муниципальное управление устойчивым развитием территории

Очно-заочная
Год начала подготовки – 2025

Санкт-Петербург
2025 г.

1. Критерии оценивания компетенций, формируемых в процессе освоения дисциплины

Код и наименование формируемой компетенции	Критерии оценивания (<i>знать, уметь, владеть</i>)	Код и наименование индикатора достижения формируемой компетенции	Наименование тем (разделов)*	Наименование оценочного средства	
				текущий контроль (включая контроль самостоятельной работы обучающихся)**	промежуточная аттестация***
ПК-1 Способен анализировать и планировать работу органов государственного и муниципального управления, разрабатывать организационную структуру, адекватную стратегии, целям и задачам, внутренним и внешним условиям деятельности органов государственного и муниципального управления, осуществлять	Знать: специфику анализа, планирования и организации работы структурных подразделений, ответственных за организацию управления. Уметь: демонстрировать способность анализировать, планировать и организовывать работу структурных подразделений, ответственных за организацию управления. Владеть: способностью анализировать, планировать и организовывать работу структурных подразделений, ответственных за	ИПК1.1 Демонстрирует способность анализировать, планировать и организовывать работу структурных подразделений, ответственных за организацию управления	1. Репутационный менеджмент как основа профессиональной деятельности.	Р, Д-П, Э, У О, П О.	экзамен
			2. Персональная репутация: структура и технологии формирования.	Р, Д-П, Э, У О, П О.	экзамен

распределение функций, полномочий и ответственности между исполнителями	организацию управления.				
	Знать: способы разработки организационной структуры, адекватной стратегии, целям и задачам, внутренним и внешним условиям деятельности органов государственного и муниципального управления. Уметь: разрабатывать организационную структуру, адекватную стратегии, целям и задачам, внутренним и внешним условиям деятельности органов государственного и муниципального управления. Владеть: способами разработки организационной структуры, адекватной стратегии, целям и задачам, внутренним и внешним условиям деятельности органов государственного и муниципального управления.	ИПК1.2 Демонстрирует способность разрабатывать организационную структуру, адекватную стратегии, целям и задачам, внутренним и внешним условиям деятельности органов государственного и муниципального управления	3. Технологии репутационного менеджмента и методы оценки деловой репутации.	Р, Д-П, Э, У О, П О.	экзамен
			4. Репутационная стратегия: понятие и механизмы реализации.	Р, Д-П, Э, У О, П О.	экзамен
			5. Корпоративная социальная ответственность и специфика управления репутацией.	Р, Д-П, Э, У О, П О.	экзамен

Используемые сокращения: У О - устный опрос, П О – письменный опрос, Д-П - доклад-презентация (дискуссия), КЕ - кейс, Т - тестирование, ДЗ - домашнее задание, Р – реферат, КР – контрольная работа, К - коллоквиум, С- сообщение, Э - эссе.

2. Уровни сформированности компетенций, их критерии и шкала оценивания

Шкала оценивания сформированности индикаторов компетенций

Код и наименование индикатора достижения формируемой компетенции	Оценки сформированности индикаторов*			
	неудовлетворительно / не зачтено	удовлетворительно / зачтено	хорошо / зачтено	отлично / зачтено
ИПК1.1 Демонстрирует способность анализировать, планировать и организовывать работу структурных подразделений, ответственных за организацию управления	Демонстрирует полное отсутствие теоретических знаний материала дисциплины, отсутствие практических умений и навыков	Ответ отражает теоретические знания основного материала дисциплины в объеме, необходимом для дальнейшего освоения ОПОП. Обучающийся допускает неточности в ответе, но обладает необходимыми знаниями, умениями и навыками для их устранения. Обучающимся продемонстрирован базовый уровень освоения компетенции.	Знания, умения и навыки по дисциплине сформированы на повышенном уровне. В ответах на вопросы/задания оценочных средств изложено понимание вопроса, дано достаточно подробное описание ответа, приведены и раскрыты в тезисной форме основные понятия. Ответ отражает полное знание материала, а также наличие, с незначительными пробелами, умений и навыков по изучаемой дисциплине. Допустимы единичные негрубые	Сформированы четкие системные знания, умения и навыки по дисциплине. Ответы на вопросы оценочных средств полные и верные. Даны развернутые ответы на дополнительные вопросы. Обучающимся продемонстрирован высокий уровень освоения компетенции.

Код и наименование индикатора достижения формируемой компетенции	Оценки сформированности индикаторов*			
	неудовлетворительно / не зачтено	удовлетворительно / зачтено	хорошо / зачтено	отлично / зачтено
			ошибки. Обучающимся продемонстрирован повышенный уровень освоения компетенции.	
ИПК1.2 Демонстрирует способность разрабатывать организационную структуру, адекватную стратегии, целям и задачам, внутренним и внешним условиям деятельности органов государственного и муниципального управления	Демонстрирует полное отсутствие теоретических знаний материала дисциплины, отсутствие практических умений и навыков	Ответ отражает теоретические знания основного материала дисциплины в объеме, необходимом для дальнейшего освоения ОПОП. Обучающийся допускает неточности в ответе, но обладает необходимыми знаниями, умениями и навыками для их устранения. Обучающимся продемонстрирован базовый уровень освоения компетенции.	Знания, умения и навыки по дисциплине сформированы на повышенном уровне. В ответах на вопросы/задания оценочных средств изложено понимание вопроса, дано достаточно подробное описание ответа, приведены и раскрыты в тезисной форме основные понятия. Ответ отражает полное знание материала, а также наличие, с незначительными пробелами, умений и навыков по изучаемой дисциплине. Допустимы единичные негрубые ошибки. Обучающимся продемонстрирован повышенный уровень освоения компетенции.	Сформированы четкие системные знания, умения и навыки по дисциплине. Ответы на вопросы оценочных средств полные и верные. Даны развернутые ответы на дополнительные вопросы. Обучающимся продемонстрирован высокий уровень освоения компетенции.

Шкала оценивания сформированности компетенций

Уровень сформированности компетенций	Оценка сформированности компетенций	Универсальные компетенции	Общепрофессиональные / профессиональные компетенции
Высокий	отлично / зачтено	Сформированы четкие системные знания, умения и навыки по дисциплине. Ответы на вопросы оценочных средств полные и верные. Даны развернутые ответы на дополнительные вопросы. Обучающимся продемонстрирован высокий уровень освоения компетенции.	Обучающимся усвоена взаимосвязь основных понятий дисциплины, в том числе для решения профессиональных задач. Ответы на вопросы оценочных средств самостоятельны, исчерпывающие, содержание вопроса/задания оценочного средства раскрыто полно, профессионально, грамотно, продемонстрирован высокий уровень владения практическими умениями и навыками. Даны ответы на дополнительные вопросы. Обучающимся продемонстрирован высокий уровень освоения компетенции.
Повышенный	хорошо / зачтено	Знания, умения и навыки по дисциплине сформированы на повышенном уровне. В ответах на вопросы/задания оценочных средств изложено понимание вопроса, дано достаточно подробное описание ответа, приведены и раскрыты в тезисной форме основные понятия. Ответ отражает полное знание материала, а также наличие, с незначительными пробелами, умений и навыков по изучаемой дисциплине. Допустимы единичные негрубые ошибки. Обучающимся продемонстрирован повышенный уровень освоения компетенции.	Сформированы в целом системные знания и представления по дисциплине. Ответы на вопросы оценочных средств полные, грамотные. Продemonстрирован повышенный уровень владения практическими умениями и навыками. Допустимы единичные негрубые ошибки по ходу ответа, в применении умений и навыков.

Базовый	удовлетворительно / зачтено	Ответ отражает теоретические знания основного материала дисциплины в объеме, необходимом для дальнейшего освоения ОПОП. Обучающийся допускает неточности в ответе, но обладает необходимыми знаниями, умениями и навыками для их устранения. Обучающимся продемонстрирован базовый уровень освоения компетенции.	Обучающийся владеет знаниями основного материал на базовом уровне. Ответы на вопросы оценочных средств неполные, допущены существенные ошибки. Пр продемонстрирован базовый уровень владения практическими умениями и навыками, соответствующий минимально необходимому уровню для решения профессиональных задач.
Низкий	Неудовлетворительно / не зачтено	Демонстрирует полное отсутствие теоретических знаний материала дисциплины, отсутствие практических умений и навыков	

3. Оценочные средства, используемые в процессе формирования компетенций

3.1 Оценочные средства для текущего контроля успеваемости

Код и наименование индикатора достижения формируемой компетенции	Наименование тем (разделов)	Задания (вопросы, темы) оценочного средства*
ИПК1.1 Демонстрирует способность анализировать, планировать и организовывать работу структурных подразделений, ответственных за организацию управления	1. Репутационный менеджмент как основа профессиональной деятельности.	Тематика для подготовки докладов и презентаций 1. Соотношение понятий репутация региона и имидж региона. 2. Определение репутационных характеристик территории, имеющихся ресурсов, способов использования ресурсов, путей достижения поставленных целей, конкретных методов и приемов достижения нужных репутационных характеристик. 3. Формулировка непротиворечивой системы целей при формировании репутации территории. 4. Закономерности и противоречия, связанные с процессом формирования имиджа и репутации территории. Тематика рефератов 1. Исторические факторы актуальности репутационного менеджмента. 2. Понятие репутации в юриспруденции, менеджменте, маркетинге и связях с общественностью. 3. Субъекты, для которых репутационный менеджмент наиболее актуален. Тематика вопросов для эссе, устного и письменного опроса 1. Общероссийский список системообразующих организаций России 2. Региональный список системообразующих организаций Санкт-Петербурга и Ленинградской области 3. Репутация фирмы: создание, управление и оценка эффективности 4. Российский опыт репутационного менеджмента 5. Репутационные факторы в управлении международной компанией
	2. Персональная репутация: структура и технологии формирования.	Тематика для подготовки докладов и презентаций 1. Репутация и паблисити. Процесс формирования паблисити.

Код и наименование индикатора достижения формируемой компетенции	Наименование тем (разделов)	Задания (вопросы, темы) оценочного средства*
		2. Репутационный капитал и медийный капитал. Понятие медиареputации. 3. Рейтинги медиареputации. Принципы расчета индекса информационного 4. благоприятствования (ИИБ). 5. Репутация и корпоративная индивидуальность (идентичность). 6. Когерентность, символизм и позиционирование как элементы корпоративной идентичности. 7. Подготовьте презентацию о AC3 ID модель корпоративной идентичности Джона Балмера и Стивена Гейзера (actual, conceived, ideal, desired, communicated, covenanted). Тематика рефератов 1. Репутация как нематериальный актив капитализации компании. Виды нематериальных активов. 2. Репутация в системе стратегических коммуникаций органов ГМУ. 3. Репутация и социальный капитал. 4. Практическая ценность репутации. 5. Экономические преимущества положительной репутации. Тематика вопросов для эссе, устного и письменного опроса 1. Стратегии построения персонального бренда. 2. Как управлять репутационными рисками персонального бренда: живем в мире – готовы к войне 3. Деловая репутация: сущность и жизненный цикл 4. Восемнадцать непреложных законов корпоративной репутации Р.Дж. Олсоп 5. Репутация фирмы: создание, управление и оценка эффективности

Код и наименование индикатора достижения формируемой компетенции	Наименование тем (разделов)	Задания (вопросы, темы) оценочного средства*
ИПК1.2 Демонстрирует способность разрабатывать организационную структуру, адекватную стратегии, целям и задачам, внутренним и внешним условиям деятельности органов государственного и муниципального управления	3. Технологии репутационного менеджмента и методы оценки деловой репутации.	Тематика для подготовки докладов и презентаций 1. Методики репутационного аудита (Гр. Даулинг, И. Олейник и А. Лапшов, Л. Сальникова). 2. Качественные методы исследований как основа репутационного аудита (кабинетный анализ документов, экспертные интервью с представителями репутационных аудиторий). 3. Подготовьте презентацию о направлениях исследований в рамках репутационного менеджмента (И. Олейник, А. Лапшов). 4. Независимая оценка узнаваемости компании или персоны в значимых репутационных аудиториях. 5. Структура оценки репутации, применение экономико-статистических и социологических методов для исследования и оценки репутационных параметров. 6. Диагностика «узких мест» продвижения имиджа и репутации, рекомендации по расшивке «узких мест». Тематика рефератов 1. Личная и корпоративная репутация. 2. Деловая репутация. Специфика репутации первого лица. 3. Определение и объекты репутационных стратегий (руководство; сотрудники; продукция или услуги компании; достижения компании; финансовые показатели компании). Тематика вопросов для эссе, устного и письменного опроса 1. Аудит репутации как элемент маркетинговой политики

Код и наименование индикатора достижения формируемой компетенции	Наименование тем (разделов)	Задания (вопросы, темы) оценочного средства*
		2. Специфика проведения он-лайн исследования и выявления имиджевого рейтинга 3. Оценка достоверности данных имиджелогии. Анализ факторов, влияющих на достоверность исследования 4. Преимущества, недостатки, условия использования репутационных стратегий. 5. Особенности реализации репутационных стратегий органами государственной и муниципальной власти.
	4. Репутационная стратегия: понятие и механизмы реализации.	Тематика для подготовки докладов и презентаций 1. Разработка стратегий развития регионов и городов, поиск путей роста их конкурентоспособности как факторы разработки программ продвижения имиджа и формирования репутации территорий. 2. Методика анализа имиджа и репутации территории. 3. Заказчики репутационного менеджмента территории. 4. Институты, формирующие репутацию территории (органы федеральной, региональной и муниципальной власти, политические партии и движения, средства массовой информации, профессиональные объединения и союзы, организации культуры и науки, выставочно-ярмарочные организации, рекламные и PR-агентства, региональные производители товаров и услуг и т.д.). 5. Основные аудитории, для которых создается репутация территории (постоянные / потенциальные жители, инвесторы / бизнес, деловые посетители, туристы). Тематика рефератов 1. Репутация и паблисити. Процесс формирования паблисити. 2. Репутационный капитал и медийный капитал. Понятие медиарепутации.

Код и наименование индикатора достижения формируемой компетенции	Наименование тем (разделов)	Задания (вопросы, темы) оценочного средства*
		3. Рейтинги медиареputации. Принципы расчета индекса информационного благоприятствования (ИИБ). Тематика вопросов для эссе, устного и письменного опроса 1. Репутация в российском бизнесе: технологии создания и укрепления. 2. Методика маркетингового анализа репутационных составляющих бизнес-структуры 3. Управление корпоративной репутацией: от системы к результату
	5. Корпоративная социальная ответственность и специфика управления репутацией.	Тематика для подготовки докладов и презентаций 1. Подготовьте доклад о направлениях социальной ответственности крупных компаний (системообразующих в Российской Федерации или регионе). 2. Подготовьте презентацию о примерах корпоративной благотворительности и примерах системного социального инвестирования. 3. Сделайте обзор российской / региональной практики реализации стратегии корпоративной социальной ответственности по темам: «Благотворительные фонды», «Грантовые программы», «Попечительский совет», «Программа социально-экономического развития территорий», «Социально ответственный маркетинг», «Социальный консалтинг», «Стипендиальная программа», «Частные пожертвования». Тематика рефератов 1. Рейтинги корпоративной репутации. Критерии оценки репутации в рейтингах репутации Global Most Admired Companies (Fortune), World's Most Respected Companies (Financial Times, 1998-2005), World's Best Corporate Reputations (Forbes, с 2006), «Деловая

Код и наименование индикатора достижения формируемой компетенции	Наименование тем (разделов)	Задания (вопросы, темы) оценочного средства*
		репутация крупнейших российских компаний» (проект IFORS corp., ВЦИОМ, с 2005). 2. Рейтинги корпоративного управления, кредитные рейтинги, рейтинги облигаций («Standard & Poor's» и Институт корпоративного права и управления). 3. Пресс-рейтинги. Тематика вопросов для эссе, устного и письменного опроса 1. Принципы подготовки отчетных документов в репутационном аудите. 2. Метод фокус-групп в репутационном менеджменте: проблемы подготовки, проведения, анализа. 3. Управление репутацией компании через репутацию руководителя. 4. Репутационный риск. Управление в целях создания стоимости.

3.2. Оценочные средства для промежуточной аттестации

Вопросы к зачету с экзамену

Код и наименование формируемой компетенции	Вопросы оценочного средства*
ИПК1.1 Демонстрирует способность анализировать, планировать и организовывать работу структурных подразделений, ответственных за организацию управления	1. Репутация как социально-психологический феномен. 2. Особенности этапов становления репутационного менеджмента. 3. Сущность репутации органа государственной власти. 4. Основные понятия репутационного менеджмента: «репутация», «честь», «достоинство», «персональный имидж». 5. Соотношение понятий: «деловая репутация организации», «корпоративный имидж», «корпоративный бренд», «гудвилл». 6. Роль репутации в достижение результативности деятельности органов государственной власти. 7. Корпоративная культура как основа репутации органов ГМУ. 8. 9.

Код и наименование формируемой компетенции	Вопросы оценочного средства*
	10. Фирменный стиль как элемент деловой репутации организации. 11. Антикризисные PR-стратегии защиты имиджа и деловой репутации организации. 12. Методов управления репутацией государственных органов. 13. Характеристика репутационных аудиторий компании и методы взаимодействия. 14. Коммуникативные технологии взаимодействия с внешними репутационными аудиториями. 15. Коммуникативные технологии взаимодействия с внутренней репутационной аудиторией. 16. Методы и критерии оценки деловой репутации органов ГМУ. 17. Видение и миссия как основа деловой репутации организации. 18. Процесс управления репутацией органов государственной власти в формировании общественного мнения. 19. Типология репутационных активов. 20. Функции деловой репутации и факторы ее формирования. 21. Интернет-технологии формирования деловой репутации органов ГМУ. 22. Социально-коммуникативные технологии формирования деловой репутации организации. 23. Особенности формирования персональной деловой репутации. 24. PR-технологии формирования деловой репутации органов ГМУ. 25. Коммуникативные технологии формирования деловой репутации региона.
ИПК1.2 Демонстрирует способность разрабатывать организационную структуру, адекватную стратегии, целям и задачам, внутренним и внешним условиям деятельности органов государственного и муниципального управления	1. Правовое обеспечение репутационного менеджмента. 2. Жизненный цикл организации и этапы управления корпоративными репутациями. 3. Репутационные аудитории компании и методы работы с ними. 4. Факторы формирования и функции деловой репутации компании. 5. Жизненный цикл компании и особенности управления ее деловой репутацией. 6. Критерии оценки деловой репутации. 7. Основные направления PR-работы по созданию репутации. 8. Коммуникативные технологии управления деловой репутацией. 9. Социально-коммуникативные технологии формирования деловой репутации органов ГМУ. 10. PR-технологии формирования деловой репутации компании. 11. Реклама как технология формирования деловой репутации компании. 12. Антикризисные коммуникационные стратегии как инструмент репутационного менеджмента. 13. Коммуникационные стратегии управления деловой репутацией компании.

Код и наименование формируемой компетенции	Вопросы оценочного средства*
	14. Деловая репутация региона (страны, территориального образования) и критерии его оценки. 15. Правовые основы репутационного менеджмента. 16. Методы взаимодействия с нормативной репутационной аудиторией. 17. Характеристика функциональной группы как аудитории деловой репутации компании и методы взаимодействия с ней. 18. Диффузные репутационные аудитории и методы взаимодействия с ними. 19. Потребители как аудитория репутационного менеджмента. 20. Репутация органов власти: характеристика репутационных аудиторий и инструменты формирования. 21. Особенности формирования персональной репутации. 22. Программы корпоративной социальной ответственности в репутационном менеджменте. 23. Методика анализа имиджа и репутации территории. 24. Стратегия формирования или коррекции репутации территории. 25. Инструменты формирования имиджа и репутации территории. 26. Репутация и имидж Санкт-Петербурга и Ленинградской области. 27. Репутация и имидж Южного федерального округа.