

**Автономная некоммерческая организация высшего образования  
«МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

---

Рабочая программа дисциплины

**Управление командой медиапроекта**

<i>Направление подготовки</i>	Медиакоммуникации
<i>Код</i>	42.03.05
<i>Направленность (профиль)</i>	Продюсирование цифрового контента
<i>Квалификация выпускника</i>	Бакалавр

Москва  
2025

## 1. Перечень кодов компетенций, формируемых дисциплиной в процессе освоения образовательной программы

Группа компетенций	Категория компетенций	Код
Профессиональные		ПК-7

## 2. Компетенции и индикаторы их достижения

Код компетенции	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции
ПК-7	Способен организовывать и координировать процесс создания мультимедийного контента	ПК-7.1. Знает основы структурирования медиаорганизаций и принципы взаимодействия медиаорганизаций со внешней средой ПК-7.2. Умеет координировать работу технических, управленческих, творческих подразделений медиаорганизаций ПК-7.3. Владеет навыками выстраивания взаимодействия медиаорганизации со внешней средой

## 3. Описание планируемых результатов обучения по дисциплине и критериев оценки результатов обучения по дисциплине

### 3.1 Описание планируемых результатов обучения по дисциплине

Планируемые результаты обучения по дисциплине представлены дескрипторами (знания, умения, навыки).

Дескрипторы по дисциплине	Знать	Уметь	Владеть
Код компетенции	ПК-7		
	- основы структурирования медиаорганизаций и принципы взаимодействия медиаорганизаций со внешней средой	-координировать работу технических, управленческих, творческих подразделений медиаорганизаций	-навыками коммуникации при взаимодействии с внешней средой

## 4. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к обязательной части учебного плана ОПОП.

Дисциплина находится в логической и содержательно-методической взаимосвязи с другими частями ОП. Данная дисциплина взаимосвязана с другими дисциплинами, такими как «Введение в профессию», «Техника речи», «Русский язык и культура речи», «Иностранный язык», «Деловые коммуникации», «Стилистика и литературное

редактирование».

В рамках освоения программы бакалавриата выпускники готовятся к решению задач профессиональной деятельности следующих типов: проектный, маркетинговый, организационный, технологический.

Профиль (направленность) программы установлена путем её ориентации на сферу профессиональной деятельности выпускников: Продюсирование цифрового контента.

## 5. Объем дисциплины

Виды учебной работы		Формы обучения	
		Очная	Заочная
<b>Общая</b>	<b>трудоёмкость:</b> зачетные единицы/часы	4/144	4/144
<b>Контактная работа:</b>		32,1	12
	Занятия лекционного типа	16	4
	Занятия семинарского типа	16	8
	Консультации	0,1	
	Промежуточная аттестация: зачет		4
<b>Самостоятельная работа (СРС)</b>		111,9	128

**6. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам / разделам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий**

6.1. Распределение часов по разделам/темам и видам работы

6.1.1. Очная форма обучения

№ п/п	Раздел/тема	Виды учебной работы (в часах)						Самостоятельная работа
		Контактная работа						
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				
		Лекции	Иные учебные занятия	Практические занятия	Семинары	Лабораторные раб.	Иные занятия	
1.	Введение в управление персоналом в медиаиндустрии	3		3				20
2.	Процесс найма и подбора персонала в медиакомпаниях	3		3				20
3.	Мотивация и стимулирование персонала в медиаиндустрии	3		3				20
4.	Управление конфликтами и коммуникациями в медиакомпаниях	2		2				20
5.	Развитие персонала и обучение в медиаиндустрии	2		2				20

6.	Оценка и управление производительностью в медиакомпаниях	3		3				11,9
	<b>Промежуточная аттестация</b>							
	<b>Итого</b>	<b>16</b>		<b>16</b>			<b>0,1</b>	<b>111,9</b>

### 6.1.2. Заочная форма обучения

№ п/п	Раздел/тема	Виды учебной работы (в часах)						Самостоятельная работа
		Контактная работа						
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				
		Лекции	Иные учебные занятия	Практические занятия	Семинары	Лабораторные работы	Иные занятия	
1.	Введение в управление персоналом в медиаиндустрии	1		2				20
2.	Процесс найма и подбора персонала в медиакомпаниях	1		2				20
3.	Мотивация и стимулирование персонала в медиаиндустрии	1		2				20
4.	Управление конфликтами и коммуникациями в медиакомпаниях	1		2				20
5.	Развитие персонала и обучение в медиаиндустрии							20
6.	Оценка и управление производительностью в медиакомпаниях							28
	<b>Промежуточная аттестация</b>	<b>4</b>						
	<b>Итого</b>	<b>4</b>		<b>8</b>				<b>128</b>

## 6.2. Программа дисциплины, структурированная по темам/разделам

### 6.2.1. Содержание лекционного курса

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание лекционного занятия
1.	Введение в управление персоналом в медиаиндустрии	Обзор роли управления персоналом в процессе производства медиаконтента. Основные концепции и принципы управления

		персоналом. Различные подходы к управлению персоналом в медиаиндустрии.
2.	Процесс найма и подбора персонала в медиакомпаниях	Этапы найма и подбора сотрудников. Особенности подбора персонала для различных должностей в медиакомпаниях. Методы оценки кандидатов и принятия решений о приеме на работу.
3.	Мотивация и стимулирование персонала в медиаиндустрии	Теории мотивации и их применение в контексте медиаиндустрии. Разработка системы стимулирования и мотивации персонала в медиакомпаниях. Особенности мотивации творческих сотрудников в медиаиндустрии.
4.	Управление конфликтами и коммуникациями в медиакомпаниях	Понятие конфликта и его роль в организационной среде медиакомпаний. Стратегии урегулирования конфликтов в медиаиндустрии. Эффективная коммуникация внутри медиакомпаний: методы и инструменты.
5.	Развитие персонала и обучение в медиаиндустрии	Значение постоянного обучения и развития персонала в медиаиндустрии. Методы и форматы обучения сотрудников медиакомпаний. Проектирование и реализация программ развития персонала в медиаиндустрии.
6.	Оценка и управление производительностью в медиакомпаниях	Роль оценки производительности в управлении персоналом медиакомпаний. Методы и инструменты оценки производительности сотрудников в медиаиндустрии. Управление производительностью и развитие карьеры в медиаиндустрии.

### 6.2.2. Содержание практических занятий

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание практического занятия
1.	Введение в управление персоналом в медиаиндустрии	Ролевая игра: Процесс найма и подбора персонала Студенты делятся на группы и играют роли нанимающего менеджера и кандидатов на должность в медиакомпаниях. Каждая группа разрабатывает стратегию подготовки к собеседованию и проводит симуляцию интервью. После игры обсуждается эффективность различных подходов к найму и подбору персонала.
2.	Процесс найма и подбора персонала в медиакомпаниях	Кейс-анализ: Мотивация и стимулирование в медиакомпаниях Студенты анализируют кейс из реальной жизни медиакомпания, связанный с мотивацией и стимулированием персонала. Группы студентов выделяют основные проблемы и

			предлагают стратегии для улучшения ситуации. После обсуждения кейса проводится рефлексия и выработка рекомендаций.
3.	Мотивация и стимулирование персонала медиаиндустрии	и в	Ролевая игра: Управление конфликтами в медиакомпании Студенты играют роли сотрудников медиакомпании, оказавшихся в конфликтной ситуации. Цель игры - найти конструктивные решения для разрешения конфликта с учетом методов управления конфликтами, обсужденных на лекции. После игры проводится дебрифинг и анализ принятых решений.
4.	Управление конфликтами и коммуникациями в медиакомпании	и в	Разработка обучающего модуля: Развитие персонала в медиаиндустрии Студенты разрабатывают обучающий модуль для сотрудников медиакомпании по выбранной теме развития персонала. Каждая группа выбирает тему, разрабатывает учебные материалы и методы обучения, а также план проведения обучения. После разработки модуля группы представляют свои проекты и обсуждают их с остальными студентами.
5.	Развитие персонала и обучение медиаиндустрии	и в	Симуляция оценки производительности: Оценка и управление производительностью Студенты участвуют в симуляции процесса оценки производительности сотрудников медиакомпании. Каждый студент выступает в роли руководителя, который должен оценить производительность своего подчиненного и провести обратную связь. После симуляции студенты анализируют свои действия и обсуждают стратегии управления производительностью.
6.	Оценка и управление производительностью в медиакомпании	и в	Практическое занятие по развитию soft skills: Коммуникация и взаимодействие в медиаиндустрии Студенты участвуют в ряде упражнений и ролевых игр, направленных на развитие soft skills, таких как эмпатия, эффективное общение и сотрудничество. Упражнения могут включать ролевые игры, парные упражнения, обратную связь и т.д. После упражнений проводится обсуждение и рефлексия, направленные на выявление ключевых навыков и их применение в медиаиндустрии.

### 6.2.3. Содержание самостоятельной работы

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание самостоятельной работы
1.	Введение в управление персоналом	Анализ организационной структуры медиакомпании

	медиаиндустр	
2.	Процесс найма и подбора персонала в медиакомпани	Студенты разрабатывают программу обучения и развития для определенной группы сотрудников медиакомпани (например, продюсеров, журналистов, монтажеров и т. д.).
3.	Мотивация и стимулирование персонала в медиаиндустрии	Проведение аудита организационной культуры
4.	Управление конфликтами и коммуникациями в медиакомпани	Проведение тренинга по коммуникационным навыкам
5.	Развитие персонала и обучение в медиаиндустрии	Студенты разрабатывают индивидуальные планы развития для себя как будущих продюсеров в медиакомпани.
6.	Оценка и управление производительностью в медиакомпани	Студенты исследуют лучшие практики управления персоналом в известных медиакомпаних (например, Netflix, BBC, Disney и т. д.).

### **7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)**

Предусмотрены следующие виды контроля качества освоения конкретной дисциплины:

- текущий контроль успеваемости
- промежуточная аттестация обучающихся по дисциплине

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине оформлен в **ПРИЛОЖЕНИИ** к РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ.

Текущий контроль успеваемости обеспечивает оценивание хода освоения дисциплины в процессе обучения.

#### *7.1 Паспорт фонда оценочных средств для проведения текущей аттестации по дисциплине (модулю)*

<b>№ п/п</b>	<b>Контролируемые разделы (темы)</b>	<b>Наименование оценочного средства</b>
1.	Введение в управление персоналом в медиаиндустр	Опрос, ситуационная задача, информационный проект, тестирование.
2.	Процесс найма и подбора персонала в медиакомпани	Опрос, ситуационная задача, проблемно-аналитическое задание, тестирование.
3.	Мотивация и стимулирование персонала в медиаиндустрии	Опрос, ситуационная задача, проблемная задача, проблемно-аналитическое задание, тестирование.
4.	Управление конфликтами и коммуникациями в медиакомпани	Опрос, ситуационная задача, проблемная задача, проблемно-аналитическое задание, информационный проект, тестирование.
5.	Развитие персонала и обучение в медиаиндустрии	Опрос, проблемная задача, проблемно-аналитическое задание, тестирование.
6.	Оценка и управление производительностью в медиакомпани	Опрос, ситуационная задача, проблемно-аналитическое задание, информационный проект, тестирование.

7.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности в процессе текущего контроля

**Типовые вопросы**

1. Какие основные функции выполняет управление персоналом в медиаиндустрии?
2. Какие особенности управления персоналом существуют в сфере медиакоммуникаций по сравнению с другими отраслями?
3. Каковы основные требования к профессиональным навыкам управленца в медиакоммуникациях?
4. Как оцениваются эффективность и производительность персонала в медиаиндустрии?
5. Какие инструменты могут быть использованы для мотивации персонала в медиакомпаниях?
6. Какие проблемы могут возникнуть при управлении творческими сотрудниками в медиаиндустрии?
7. Какие особенности найма и подбора персонала существуют в медиакомпаниях?
8. Какие методы могут быть использованы для развития профессиональных навыков персонала в медиаиндустрии?
9. Какие конфликты могут возникать в медиакомпаниях и как их можно решать?
10. Как организовать эффективное взаимодействие между отделами в медиакомпаниях?
11. Какие методы оценки потребностей в обучении и развитии персонала можно применить в медиакомпаниях?
12. Какие факторы влияют на удовлетворенность и лояльность персонала в медиакомпаниях?
13. Как можно оптимизировать процесс коммуникации внутри медиакомпаний?
14. Какие инструменты и технологии могут быть использованы для управления персоналом в медиаиндустрии?
15. Какие особенности существуют в управлении персоналом в интернет-медиа?
16. Какие тенденции в управлении персоналом существуют в медиаиндустрии сегодня?
17. Какие принципы и методы управления персоналом в медиакомпаниях вы считаете наиболее эффективными?
18. Каковы основные причины конфликтов между сотрудниками в медиакомпаниях и как их можно предотвратить?
19. Какие компетенции необходимы руководителю в медиакомпаниях для успешного управления персоналом?
20. Как можно стимулировать творческий потенциал сотрудников в медиакомпаниях?
21. Как можно оценить потребности персонала в обучении и развитии в медиакомпаниях?
22. Какие методы мотивации сотрудников могут быть применены в медиакомпаниях с ограниченным бюджетом?
23. Какие методы оценки производительности сотрудников применяются в медиаиндустрии?
24. Каким образом можно развивать лидерские качества среди сотрудников в медиакомпаниях?
25. Какие инновационные подходы к управлению персоналом можно применить в медиаиндустрии?
26. Какие принципы и методы управления конфликтами между сотрудниками считаются наиболее эффективными в медиакомпаниях?

27. Какие инструменты внутренней коммуникации могут быть использованы в медиакомпании для улучшения взаимодействия между сотрудниками?
28. Каким образом можно развивать сотрудников для адаптации к изменениям в медиаиндустрии?
29. Какие методы обучения и развития персонала могут быть применены в медиакомпании для повышения профессиональных навыков сотрудников?
30. Как организовать процесс обратной связи с сотрудниками в медиакомпании для повышения их эффективности?
31. Какие инструменты и методы рекрутинга могут быть использованы для привлечения талантливых кандидатов в медиакомпанию?
32. Какие принципы эффективного руководства считаются ключевыми для успешного управления персоналом в медиаиндустрии?
33. Какие методы исследования удовлетворенности сотрудников могут быть применены в медиакомпании для выявления проблем и развития стратегий улучшения?
34. Каким образом можно управлять многообразием культур и личностей среди сотрудников в медиакомпании?
35. Какие методы могут быть использованы для повышения вовлеченности сотрудников в работу медиакомпании?
36. Какие технологии HR-аналитики могут быть применены в медиакомпании для оптимизации управления персоналом?
37. Каким образом можно организовать эффективное внедрение новых сотрудников в медиакомпанию?
38. Как можно оценить эффективность культуры организации в медиакомпании и внести необходимые изменения для улучшения?
39. Каким образом можно привлечь и удержать талантливых сотрудников в медиаиндустрии?
40. Какие стратегии могут быть использованы для повышения уровня лояльности сотрудников к медиакомпании?
41. Какие методы можно применить для развития руководящих качеств у сотрудников в медиаиндустрии?
42. Каким образом можно организовать работу в команде в медиакомпании для достижения общих целей?
43. Какие преимущества и недостатки существуют в применении виртуальных команд в медиаиндустрии?
44. Какие методы можно использовать для управления проектами в медиаиндустрии с учетом специфики медиакоммуникаций?
45. Каким образом можно развивать креативное мышление среди сотрудников в медиакомпании?
46. Какие методы могут быть использованы для улучшения качества обратной связи с клиентами в медиакомпании?
47. Каким образом можно организовать эффективное внутреннее обучение и развитие сотрудников в медиаиндустрии?
48. Какие методы могут быть использованы для управления изменениями в медиакомпании с целью минимизации сопротивления персонала?
49. Какие инструменты могут быть использованы для сбора обратной связи от сотрудников в медиакомпании?
50. Каким образом можно организовать эффективное распределение задач и ответственности между сотрудниками в медиакомпании?
51. Какие методы могут быть использованы для развития профессиональных навыков у сотрудников в медиакомпании?
52. Каким образом можно оценить эффективность обучения и развития сотрудников в медиакомпании?

53. Какие методы могут быть использованы для повышения мотивации сотрудников в медиаиндустрии?

54. Каким образом можно организовать эффективное взаимодействие с внешними партнерами и поставщиками в медиакомпании?

55. Какие методы могут быть использованы для улучшения коммуникации между сотрудниками в медиакомпании?

56. Каким образом можно оценить эффективность работы команды в медиакомпании?

57. Какие методы могут быть использованы для разрешения конфликтов между сотрудниками в медиакомпании?

58. Каким образом можно организовать систему вознаграждения и поощрения сотрудников в медиакомпании?

59. Какие методы могут быть использованы для управления диверсификацией сотрудников в медиаиндустрии?

60. Каким образом можно развивать профессиональные навыки руководителей в медиакомпании для эффективного управления персоналом?

### **Темы исследовательских, информационных, творческих проектов**

*Подготовка исследовательских проектов по темам:*

1. Анализ влияния корпоративной культуры на эффективность работы сотрудников в медиакомпании.

2. Исследование методов мотивации и стимулирования персонала в медиаиндустрии: лучшие практики и вызовы.

3. Роль лидерства в управлении творческими сотрудниками в медиакомпании: стратегии и методы.

4. Анализ влияния оценки производительности на мотивацию и результативность работы сотрудников в медиаиндустрии.

5. Исследование проблем и вызовов управления персоналом в онлайн-медиа: особенности и эффективные стратегии решения.

6. Влияние диверсификации сотрудников на инновационные процессы и конкурентоспособность медиакомпании.

7. Роль внутренней коммуникации в управлении персоналом в медиаиндустрии: оптимизация процессов и инструменты.

8. Исследование влияния обучения и развития на удовлетворенность и лояльность персонала в медиакомпании.

9. Развитие soft skills сотрудников в медиаиндустрии: методы, преимущества и вызовы.

10. Анализ влияния гибких форм занятости на производительность и мотивацию сотрудников в медиакомпании.

11. Разработка и внедрение программы управления диверсификацией сотрудников в медиаиндустрии: опыт и рекомендации.

12. Исследование проблем и вызовов управления проектами в медиакомпании: оптимизация процессов и методы управления.

13. Влияние виртуальных команд на эффективность работы и удовлетворенность сотрудников в медиакомпании: анализ лучших практик.

14. Анализ влияния корпоративных образовательных программ на профессиональное развитие сотрудников в медиаиндустрии.

15. Развитие системы обратной связи с сотрудниками в медиакомпании: улучшение процессов и инструменты.

### *Информационный проект*

Подготовьте информационный проект (презентацию) по теме:

1. Создание онлайн-портала о лучших практиках управления персоналом в медиаиндустрии.
2. Разработка видеокурса о методах мотивации персонала в медиакомпании.
3. Интерактивная презентация о важности развития soft skills у сотрудников в медиаиндустрии.
4. Веб-сайт о принципах лидерства и их применении в управлении персоналом в медиаиндустрии.
5. Онлайн-журнал о последних тенденциях в управлении конфликтами в медиакомпании.
6. Разработка мобильного приложения для оценки удовлетворенности сотрудников и выявления проблемных ситуаций в медиакомпании.
7. Создание видеоблога о лучших практиках обучения и развития персонала в медиаиндустрии.
8. Подготовка аудиоподкаста о роли внутренней коммуникации в медиакомпании и ее влиянии на эффективность работы.
9. Создание электронной книги о стратегиях управления проектами в медиакомпании.
10. Разработка онлайн-квиза о тенденциях и вызовах управления персоналом в медиаиндустрии.
11. Информационная презентация о влиянии гибких форм занятости на организационную культуру и производительность в медиакомпании.
12. Создание вебинара о методах управления изменениями в медиакомпании с целью минимизации сопротивления персонала.
13. Подготовка видеоролика о роли HR-аналитики в управлении персоналом в медиаиндустрии.
14. Разработка онлайн-платформы для обмена опытом и идеями по управлению персоналом между профессионалами в медиакоммуникациях.
15. Создание блога о современных тенденциях и новых подходах в управлении персоналом в медиаиндустрии.

### *Творческое задание*

1. Создание короткометражного фильма о типичных ситуациях управления персоналом в медиакомпании.
2. Разработка серии комиксов о забавных и необычных случаях управления персоналом в медиаиндустрии.
3. Составление игрового сценария для ролевой игры, смоделированной на ситуациях управления персоналом в медиакомпании.
4. Создание интерактивной доски объявлений с заданиями и кейсами по управлению персоналом в медиаиндустрии.
5. Организация творческого конкурса на лучший дизайн инновационной системы мотивации сотрудников в медиакомпании.
6. Проведение творческой встречи-брейншторма для разработки новых идей по управлению персоналом в медиаиндустрии.
7. Создание коллекции мультимедийных презентаций о ключевых аспектах управления персоналом в медиакомпании.
8. Разработка инновационной игры с элементами геймификации для обучения основам управления персоналом в медиаиндустрии.

9. Организация творческого проекта по созданию плакатов с мотивационными цитатами для сотрудников медиакомпаний.

10. Проведение творческого конкурса на лучший рекламный ролик о значимости командной работы в медиаиндустрии.

11. Разработка интерактивного веб-приложения для самооценки профессиональных компетенций в области управления персоналом в медиакомпаниях.

12. Создание арт-инсталляции, отражающей идеи и принципы эффективного управления персоналом в медиакомпаниях.

13. Организация творческого мастер-класса по созданию мотивационных видео для сотрудников медиакомпаний.

14. Проведение креативного соревнования на разработку дизайна и содержания внутреннего информационного портала для сотрудников медиакомпаний.

15. Создание театрализованной постановки, иллюстрирующей ситуации управления персоналом в медиакомпаниях и способы их решения.

16. Разработка творческого проекта по созданию графических рассказов о успешных кейсах управления персоналом в медиаиндустрии.

17. Организация киноклуба для просмотра и обсуждения фильмов и сериалов, иллюстрирующих особенности управления персоналом в медиакомпаниях.

18. Проведение творческого конкурса на создание логотипа и слогана для программы обучения и развития персонала в медиаиндустрии.

19. Создание коллекции творческих открыток с пожеланиями и вдохновляющими сообщениями для сотрудников медиакомпаний.

20. Разработка инновационного проекта по созданию виртуальной реальности для обучения основам управления персоналом в медиаиндустрии.

### **Типовые тесты**

1. Какова роль управления персоналом в медиакоммуникациях?

- a) Развитие медиапроектов
- b) Управление процессом взаимодействия с персоналом
- c) Маркетинговая стратегия компании
- d) Техническая поддержка сетей связи

2. Какие особенности управления персоналом существуют в медиаиндустрии?

- a) Низкая конкуренция
- b) Высокая технологичность
- c) Отсутствие необходимости в мотивации
- d) Отсутствие коммуникационных проблем

3. Как оценивается эффективность работы персонала в медиакомпаниях?

- a) По объему продукции
- b) По финансовым показателям
- c) По качеству коммуникации
- d) По количеству заявок

4. Какие методы могут быть использованы для мотивации персонала в медиакомпаниях?

- a) Финансовые стимулы
- b) Публичное порицание
- c) Ограничение возможностей
- d) Изоляция от коллектива

5. Какие проблемы могут возникнуть при управлении творческими сотрудниками в медиаиндустрии?
- Недостаточная креативность
  - Сложности с оценкой результатов работы
  - Отсутствие конфликтов
  - Ограниченный доступ к ресурсам
6. Какие особенности найма и подбора персонала существуют в медиакомпаниях?
- Отсутствие необходимости в квалификации
  - Высокая конкуренция за вакансии
  - Отсутствие креативности в резюме
  - Низкие требования к социальным навыкам
7. Какие методы развития профессиональных навыков персонала могут быть применены в медиаиндустрии?
- Обучение и тренинги
  - Забастовки и протесты
  - Ограничение доступа к информации
  - Изоляция от внешнего мира
8. Какие факторы влияют на удовлетворенность и лояльность персонала в медиакомпаниях?
- Высокая заработная плата
  - Возможность профессионального роста
  - Отсутствие коммуникационных каналов
  - Неопределенность в задачах работы
9. Как можно оптимизировать процесс коммуникации внутри медиакомпаний?
- Игнорировать обратную связь
  - Использовать различные коммуникационные каналы
  - Ограничивать доступ к информации
  - Избегать взаимодействия с коллегами
10. Какие инструменты и технологии могут быть использованы для управления персоналом в медиаиндустрии?
- Электронные таблицы
  - Программное обеспечение для управления проектами
  - Спринт-планирование
  - Все вышеперечисленное
11. Какие особенности существуют в управлении персоналом в интернет-медиа?
- Низкая конкуренция
  - Высокая скорость изменений
  - Отсутствие необходимости в мотивации
  - Ограничение доступа к информации
12. Какие тенденции в управлении персоналом существуют в медиаиндустрии сегодня?
- Усиление централизации
  - Рост внимания к работе с персоналом
  - Ограничение внешних коммуникаций
  - Снижение внимания к обучению и развитию

13. Какие принципы и методы управления персоналом в медиакомпании считаются наиболее эффективными?

- a) Автократия
- b) Демократия
- c) Очень редко
- d) Все зависит от конкретной ситуации

14. Какие инструменты внутренней коммуникации могут быть использованы в медиакомпании для улучшения взаимодействия между сотрудниками?

- a) Электронная почта
- b) Внутренние чаты и мессенджеры
- c) Личные встречи
- d) Все вышеперечисленное

15. Каким образом можно развивать лидерские качества среди сотрудников в медиаиндустрии?

- a) Обучение и тренинги
- b) Ограничение возможностей
- c) Изоляция от коллектива
- d) Пренебрежение потребностями персонала

16. Каким образом можно оценить эффективность управления персоналом в медиакомпании?

- a) По количеству отработанных часов
- b) По количеству поданных заявок
- c) По качеству выполненных задач
- d) По объему продаж

17. Какие методы могут быть использованы для улучшения межличностных отношений в медиакомпании?

- a) Отсутствие коммуникации
- b) Обучение навыкам эффективного общения
- c) Изоляция от коллег
- d) Использование только письменной коммуникации

18. Каким образом можно развивать креативное мышление среди сотрудников в медиаиндустрии?

- a) Ограничивать свободу мысли
- b) Поощрять инициативу и нестандартные решения
- c) Установка строгих правил и стандартов
- d) Изоляция от внешних источников вдохновения

19. Какие методы могут быть использованы для управления изменениями в медиакомпании?

- a) Отсутствие коммуникации
- b) Публичное порицание
- c) Внедрение принудительных мер
- d) Проактивное вовлечение персонала в процесс изменений

20. Каким образом можно повысить уровень мотивации сотрудников в медиаиндустрии?

- a) Уменьшение заработной платы
- b) Повышение авторитарности руководства
- c) Предоставление возможностей для развития и карьерного роста
- d) Игнорирование потребностей и желаний персонала

21. Какие методы могут быть использованы для улучшения системы обратной связи с сотрудниками в медиакомпании?

- a) Ограничение доступа к руководству
- b) Использование анонимных опросов и анкетирования
- c) Изоляция от информации
- d) Не учитывать мнение сотрудников

22. Каким образом можно улучшить процесс обучения и развития сотрудников в медиаиндустрии?

- a) Игнорировать потребности в обучении
- b) Предоставление доступа к обучающим курсам и тренингам
- c) Ограничение доступа к информации
- d) Изоляция от внешнего мира

23. Какие методы могут быть использованы для решения конфликтных ситуаций в медиакомпании?

- a) Избегать разговоров и конфликтов
- b) Публичное порицание
- c) Объективный анализ ситуации и поиск конструктивных решений
- d) Пренебрежение мнением сотрудников

24. Каким образом можно организовать систему вознаграждения и поощрения сотрудников в медиакомпании?

- a) Ограничение заработной платы
- b) Использование финансовых и нематериальных стимулов
- c) Отсутствие вознаграждения
- d) Изоляция от коллег

25. Какие методы могут быть использованы для улучшения коммуникации между сотрудниками в медиакомпании?

- a) Избегать общения
- b) Проведение тренингов и мастер-классов по коммуникации
- c) Изоляция от внешних источников информации
- d) Использование только письменной коммуникации

26. Каким образом можно оценить эффективность работы команды в медиакомпании?

- a) Игнорирование результатов
- b) Объективная оценка достигнутых результатов и соблюдение сроков
- c) Пренебрежение мнением команды
- d) Изоляция от внешнего мира

27. Какие методы могут быть использованы для разрешения конфликтных ситуаций между сотрудниками в медиакомпании?

- a) Избегать разговоров и конфликтов
- b) Объективный анализ ситуации и поиск конструктивных решений
- c) Пренебрежение мнением коллег
- d) Изоляция от информации

28. Каким образом можно организовать систему вознаграждения и поощрения сотрудников в медиаиндустрии?

- a) Использование финансовых и нематериальных стимулов
- b) Ограничение возможности заработка
- c) Отсутствие вознаграждения
- d) Изоляция от общения с коллегами

29. Какие методы могут быть использованы для управления диверсификацией сотрудников в медиакомпании?

- a) Пренебрежение потребностями и желаниями персонала
- b) Поддержка и поощрение разнообразия и инклюзивности
- c) Ограничение возможностей для разнообразия
- d) Изоляция от внешних источников информации

30. Каким образом можно развивать профессиональные навыки руководителей в медиакомпании для эффективного управления персоналом?

- a) Игнорирование потребностей руководства
- b) Проведение тренингов и мастер-классов по управлению персоналом
- c) Ограничение доступа к информации
- d) Изоляция от внешнего мира

31. Какие факторы могут влиять на эффективность обучения и развития сотрудников в медиакомпании?

- a) Наличие доступа к обучающим ресурсам
- b) Отсутствие необходимости в обучении
- c) Отсутствие поддержки руководства
- d) Недостаточная мотивация сотрудников

### **7.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности**

Все задания, используемые для текущего контроля формирования компетенций условно можно разделить на две группы:

1. задания, которые в силу своих особенностей могут быть реализованы только в процессе обучения на занятиях (например, дискуссия, круглый стол, диспут, мини-конференция как новые медиа- или коммуникационные продукты);

2. задания, которые дополняют теоретические вопросы (практические задания, проблемно-аналитические задания, тест).

Выполнение всех заданий является необходимым для формирования и контроля знаний, умений и навыков. Поэтому, в случае невыполнения заданий в процессе обучения, их необходимо «отработать» до зачета (экзамена). Вид заданий, которые необходимо выполнить для ликвидации «задолженности» определяется в индивидуальном порядке, с учетом причин невыполнения.

#### **1. Требование к теоретическому устному ответу**

Оценка знаний предполагает дифференцированный подход к студенту, учет его индивидуальных способностей, степень усвоения и систематизации основных понятий и категорий по дисциплине. Кроме того, оценивается не только глубина знаний поставленных вопросов, но и умение использовать в ответе практический материал. Оценивается культура речи, владение навыками ораторского искусства.

*Критерии оценивания:* последовательность, полнота, логичность изложения, анализ различных точек зрения, самостоятельное обобщение материала, использование профессиональных терминов, культура речи, навыки ораторского искусства. Изложение материала без фактических ошибок.

Оценка *«отлично»* ставится в случае, когда материал излагается исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно, при этом раскрываются не только основные понятия, но и анализируются точки зрения различных авторов. Обучающийся не затрудняется с ответом, соблюдает культуру речи.

Оценка *«хорошо»* ставится, если обучающийся твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, знает практическую базу, но при ответе на вопрос допускает несущественные погрешности.

Оценка *«удовлетворительно»* ставится, если обучающийся освоил только основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении материала, затрудняется с ответами, показывает отсутствие должной связи между анализом, аргументацией и выводами.

Оценка *«неудовлетворительно»* ставится, если обучающийся не отвечает на поставленные вопросы.

## **2. Творческие задания**

*Эссе* – это небольшая по объему письменная работа, сочетающая свободные, субъективные рассуждения по определенной теме с элементами научного анализа. Текст должен быть легко читаем, но необходимо избегать нарочито разговорного стиля, сленга, шаблонных фраз. Объем эссе составляет примерно 2 – 2,5 стр. 12 шрифтом с одинарным интервалом (без учета титульного листа).

*Критерии оценивания* - оценка учитывает соблюдение жанровой специфики эссе, наличие логической структуры построения текста, наличие авторской позиции, ее научность и связь с современным пониманием вопроса, адекватность аргументов, стиль изложения, оформление работы. Следует помнить, что прямое заимствование (без оформления цитат) текста из Интернета или электронной библиотеки недопустимо.

Оценка *«отлично»* ставится в случае, когда определяется: наличие логической структуры построения текста (вступление с постановкой проблемы; основная часть, разделенная по основным идеям; заключение с выводами, полученными в результате рассуждения); наличие четко определенной личной позиции по теме эссе; адекватность аргументов при обосновании личной позиции, стиль изложения.

Оценка *«хорошо»* ставится, когда в целом определяется: наличие логической структуры построения текста (вступление с постановкой проблемы; основная часть, разделенная по основным идеям; заключение с выводами, полученными в результате рассуждения); но не прослеживается наличие четко определенной личной позиции по теме эссе; не достаточно аргументов при обосновании личной позиции.

Оценка *«удовлетворительно»* ставится, когда в целом определяется: наличие логической структуры построения текста (вступление с постановкой проблемы; основная часть, разделенная по основным идеям; заключение). Но не прослеживаются четкие выводы, нарушается стиль изложения.

Оценка *«неудовлетворительно»* ставится, если не выполнены никакие требования.

## **3. Требование к решению ситуационной, проблемной задачи (кейс-измерители)**

Студент должен уметь выделить основные положения из текста задачи, которые требуют анализа и служат условиями решения. Исходя из поставленного вопроса в задаче, попытаться максимально точно определить проблему и соответственно решить ее.

Задачи должны решаться студентами письменно. При решении задач также важно правильно сформулировать и записать вопросы, начиная с более общих и, кончая частными.

*Критерии оценивания* – оценка учитывает методы и средства, использованные при решении ситуационной, проблемной задачи.

Оценка «отлично» ставится в случае, когда обучающийся выполнил задание (решил задачу), используя в полном объеме теоретические знания и практические навыки, полученные в процессе обучения.

Оценка «хорошо» ставится, если обучающийся в целом выполнил все требования, но не совсем четко определяется опора на теоретические положения, изложенные в научной литературе по данному вопросу.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если обучающийся показал положительные результаты в процессе решения задачи.

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если обучающийся не выполнил все требования.

#### **4. Интерактивные задания**

Механизм проведения диспут-игры (ролевой (деловой) игры).

Необходимо разбиться на несколько команд, которые должны поочередно высказать свое мнение по каждому из заданных вопросов. Мнение высказывающейся команды засчитывается, если противоположная команда не опровергнет его контраргументами. Команда, чье мнение засчитано как верное (не получило убедительных контраргументов от противоположных команд), получает один балл. Команда, опровергнувшая мнение противоположной команды своими контраргументами, также получает один балл. Побеждает команда, получившая максимальное количество баллов.

Ролевая игра как правило имеет фабулу (ситуацию, казус), распределяются роли, подготовка осуществляется за 2-3 недели до проведения игры.

*Критерии оценивания* – оцениваются действия всех участников группы. Понимание проблемы, высказывания и действия полностью соответствуют заданным целям. Соответствие реальной действительности решений, выработанных в ходе игры. Владение терминологией, демонстрация владения учебным материалом по теме игры, владение методами аргументации, умение работать в группе (умение слушать, конструктивно вести беседу, убеждать, управлять временем, бесконфликтно общаться), достижение игровых целей, (соответствие роли – при ролевой игре). Ясность и стиль изложения.

Оценка «отлично» ставится в случае, выполнения всех критериев.

Оценка «хорошо» ставится, если обучающиеся в целом демонстрируют понимание проблемы, высказывания и действия полностью соответствуют заданным целям. Решения, выработанные в ходе игры, полностью соответствуют реальной действительности. Но некоторые объяснения не совсем аргументированы, нарушены нормы общения, нарушены временные рамки, нарушен стиль изложения.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если обучающиеся в целом демонстрируют понимание проблемы, высказывания и действия в целом соответствуют заданным целям. Однако, решения, выработанные в ходе игры, не совсем соответствуют реальной действительности. Некоторые объяснения не совсем аргументированы, нарушены временные рамки, нарушен стиль изложения.

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если обучающиеся не понимают проблему, их высказывания не соответствуют заданным целям.

#### **5. Комплексное проблемно-аналитическое задание**

Задание носит проблемно-аналитический характер и выполняется в три этапа. На первом из них необходимо ознакомиться со специальной литературой.

Целесообразно также повторить учебные материалы лекций и семинарских занятий по темам, в рамках которых предлагается выполнение данного задания.

На втором этапе выполнения работы необходимо сформулировать проблему и изложить авторскую версию ее решения, на основе полученной на первом этапе

информации.

Третий этап работы заключается в формулировке собственной точки зрения по проблеме. Результат третьего этапа оформляется в виде аналитической записки (объем: 2-2,5 стр.; 14 шрифт, 1,5 интервал).

*Критерий оценивания* - оценка учитывает: понимание проблемы, уровень раскрытия поставленной проблемы в плоскости теории изучаемой дисциплины, умение формулировать и аргументировано представлять собственную точку зрения, выполнение всех этапов работы.

Оценка «отлично» ставится в случае, когда обучающийся демонстрирует полное понимание проблемы, все требования, предъявляемые к заданию выполнены.

Оценка «хорошо» ставится, если обучающийся демонстрирует значительное понимание проблемы, все требования, предъявляемые к заданию выполнены.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если обучающийся, демонстрирует частичное понимание проблемы, большинство требований, предъявляемых к заданию, выполнены

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если обучающийся демонстрирует непонимание проблемы, многие требования, предъявляемые к заданию, не выполнены.

## **6. Исследовательский проект**

*Исследовательский проект* – проект, структура которого приближена к формату научного исследования и содержит доказательство актуальности избранной темы, определение научной проблемы, предмета и объекта исследования, целей и задач, методов, источников, историографии, обобщение результатов, выводы.

Результаты выполнения исследовательского проекта оформляется в виде реферата (объем: 12-15 страниц; 14 шрифт, 1,5 интервал).

*Критерии оценивания* - поскольку структура исследовательского проекта максимально приближена к формату научного исследования, то при выставлении учитывается доказательство актуальности темы исследования, определение научной проблемы, объекта и предмета исследования, целей и задач, источников, методов исследования, выдвижение гипотезы, обобщение результатов и формулирование выводов, обозначение перспектив дальнейшего исследования.

Оценка «отлично» ставится в случае, когда обучающийся демонстрирует полное понимание проблемы, все требования, предъявляемые к заданию выполнены.

Оценка «хорошо» ставится, если обучающийся демонстрирует значительное понимание проблемы, все требования, предъявляемые к заданию выполнены.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если обучающийся, демонстрирует частичное понимание проблемы, большинство требований, предъявляемых к заданию, выполнены

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если обучающийся демонстрирует непонимание проблемы, многие требования, предъявляемые к заданию, не выполнены.

## **7. Информационный проект (презентация):**

*Информационный проект* – проект, направленный на стимулирование учебно-познавательной деятельности студента с выраженной эвристической направленностью (поиск, отбор и систематизация информации об объекте, оформление ее для презентации). Итоговым продуктом проекта может быть письменный реферат, электронный реферат с иллюстрациями, слайд-шоу, мини-фильм, презентация и т.д.

Информационный проект отличается от исследовательского проекта, поскольку представляет собой такую форму учебно-познавательной деятельности, которая отличается ярко выраженной эвристической направленностью.

*Критерии оценивания* - при выставлении оценки учитывается самостоятельный поиск, отбор и систематизация информации, раскрытие вопроса (проблемы), ознакомление студенческой аудитории с этой информацией (представление информации), ее анализ и обобщение, оформление, полные ответы на вопросы аудитории с примерами.

Оценка *«отлично»* ставится в случае, когда обучающийся полностью раскрывает вопрос (проблему), представляет информацию систематизировано, последовательно, логично, взаимосвязано, использует более 5 профессиональных терминов, широко использует информационные технологии, ошибки в информации отсутствуют, дает полные ответы на вопросы аудитории с примерами.

Оценка *«хорошо»* ставится, если обучающийся раскрывает вопрос (проблему), представляет информацию систематизировано, последовательно, логично, взаимосвязано, использует более 2 профессиональных терминов, достаточно использует информационные технологии, допускает не более 2 ошибок в изложении материала, дает полные или частично полные ответы на вопросы аудитории.

Оценка *«удовлетворительно»* ставится, если обучающийся, раскрывает вопрос (проблему) не полностью, представляет информацию не систематизировано и не совсем последовательно, использует 1-2 профессиональных термина, использует информационные технологии, допускает 3-4 ошибки в изложении материала, отвечает только на элементарные вопросы аудитории без пояснений.

Оценка *«неудовлетворительно»* ставится, если вопрос не раскрыт, представленная информация логически не связана, не используются профессиональные термины, допускает более 4 ошибок в изложении материала, не отвечает на вопросы аудитории.

## **8. Дискуссионные процедуры**

*Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты, мини-конференции* являются средствами, позволяющими включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения. Задание дается заранее, определяется круг вопросов для обсуждения, группы участников этого обсуждения.

Дискуссионные процедуры могут быть использованы для того, чтобы студенты:

- лучше поняли усвояемый материал на фоне разнообразных позиций и мнений, не обязательно достигая общего мнения;
- смогли постичь смысл изучаемого материала, который иногда чувствуют интуитивно, но не могут высказать вербально, четко и ясно, или конструировать новый смысл, новую позицию;
- смогли согласовать свою позицию или действия относительно обсуждаемой проблемы.

*Критерии оценивания* – оцениваются действия всех участников группы. Понимание проблемы, высказывания и действия полностью соответствуют заданным целям. Соответствие реальной действительности решений, выработанных в ходе игры. Владение терминологией, демонстрация владения учебным материалом по теме игры, владение методами аргументации, умение работать в группе (умение слушать, конструктивно вести беседу, убеждать, управлять временем, бесконфликтно общаться), достижение игровых целей, (соответствие роли – при ролевой игре). Ясность и стиль изложения.

Оценка *«отлично»* ставится в случае, когда все требования выполнены в полном объеме.

Оценка *«хорошо»* ставится, если обучающиеся в целом демонстрируют понимание проблемы, высказывания и действия полностью соответствуют заданным целям. Решения, выработанные в ходе игры, полностью соответствуют реальной действительности. Но некоторые объяснения не совсем аргументированы, нарушены нормы общения, нарушены временные рамки, нарушен стиль изложения.

Оценка *«удовлетворительно»* ставится, если обучающиеся в целом демонстрируют понимание проблемы, высказывания и действия в целом соответствуют заданным целям. Однако, решения, выработанные в ходе игры, не совсем соответствуют реальной действительности. Некоторые объяснения не совсем аргументированы, нарушены временные рамки, нарушен стиль изложения.

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если обучающиеся не понимают проблему, их высказывания не соответствуют заданным целям.

## **9. Тестирование**

Является одним из средств контроля знаний обучающихся по дисциплине.

*Критерии оценивания* – правильный ответ на вопрос.

Оценка «отлично» ставится в случае, если правильно выполнено 90-100% заданий.

Оценка «хорошо» ставится, если правильно выполнено 70-89% заданий.

Оценка «удовлетворительно» ставится в случае, если правильно выполнено 50-69% заданий.

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если правильно выполнено менее 50% заданий.

## **10. Требование к письменному опросу (контрольной работе)**

Оценивается не только глубина знаний поставленных вопросов, но и умение изложить письменно.

*Критерии оценивания:* последовательность, полнота, логичность изложения, анализ различных точек зрения, самостоятельное обобщение материала. Изложение материала без фактических ошибок.

Оценка «отлично» ставится в случае, когда соблюдены все критерии.

Оценка «хорошо» ставится, если обучающийся твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, знает практическую базу, но допускает несущественные погрешности.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если обучающийся освоил только основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении материала, затрудняется с ответами, показывает отсутствие должной связи между анализом, аргументацией и выводами.

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если обучающийся не отвечает на поставленные вопросы.

## **8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)**

### *8.1. Основная учебная литература*

1. Стратегическое управление персоналом : учебное пособие / И. Н. Александров, А. Н. Бурмистров, В. В. Вилькен [и др.] ; под редакцией О. В. Калининой. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, 2021. — 166 с. — ISBN 978-5-7422-7358-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/116151.html>

2. Беликова, И. П. Управление персоналом : учебное пособие / И. П. Беликова. — Ставрополь : АГРУС, 2021. — 63 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/121753.html>

3. Управление персоналом в цифровой среде : монография / Н. А. Александрова, О. Ю. Брюхова, Л. И. Васильцова [и др.] ; под редакцией Л. И. Васильцовой, Н. А. Александровой. — Екатеринбург : Уральский государственный университет путей сообщения, 2021. — 123 с. — ISBN 978-5-94614-493-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/122265.html>

### *8.2. Дополнительная учебная литература:*

1. Панфилова, О. В. Управление персоналом: основы теории : учебное пособие / О. В. Панфилова. — Ростов-на-Дону : Донской государственный технический университет, 2020. — 56 с. — ISBN 978-5-7890-1842-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/118110.html>

2. Елкин, С. Е. Управление персоналом организации. Теория управления человеческим развитием : учебное пособие / С. Е. Елкин. — Саратов : Ай Пи Ар Медиа, 2019. — 236 с. — ISBN 978-5-4497-0202-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/86681.html>

### 8.3. Периодические издания

1. Федеральный портал «Российское образование». <http://www.edu.ru/>

2. World of Media. Journal of Russian Media and Journalism Studies. ISSN 2307-1605. <http://worldofmedia.ru/>

## 12. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет"), необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1. Федеральный портал «Российское образование» <http://www.edu.ru/>

2. Информационно-коммуникационные технологии в образовании: федеральный образовательный портал <http://ict.edu.ru/>

3. Интернет-университет информационных технологий (ИНТУИТ.ру) <http://www.intuit.ru/>

4. Федеральный портал «Российское образование». <http://www.edu.ru/>

5. Электронная библиотечная система «Консультант студента». <http://www.studentlibrary.ru/>

6. Сайт Информационного агентства РБК – Официальный сайт [Электронный ресурс]. – [www.rbk.ru/](http://www.rbk.ru/)

## 10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Успешное освоение данного курса базируется на рациональном сочетании нескольких видов учебной деятельности – лекций, семинарских занятий, самостоятельной работы. При этом самостоятельную работу следует рассматривать одним из главных звеньев полноценного высшего образования, на которую отводится значительная часть учебного времени.

При реализации программы с применением ДОТ:

Все виды занятий проводятся в форме онлайн-вебинаров с использованием современных компьютерных технологий (наличие презентации и форума для обсуждения).

В процессе изучения дисциплины студенты выполняют практические задания и промежуточные тесты. Консультирование по изучаемым темам проводится в онлайн режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

Самостоятельная работа студентов складывается из следующих составляющих:

работа с основной и дополнительной литературой, с материалами интернета и конспектами лекций;

внеаудиторная подготовка к контрольным работам, выполнение докладов, рефератов и курсовых работ;

выполнение самостоятельных практических работ;

подготовка к экзаменам (зачетам) непосредственно перед ними.

Для правильной организации работы необходимо учитывать порядок изучения разделов курса, находящихся в строгой логической последовательности. Поэтому хорошее усвоение одной части дисциплины является предпосылкой для успешного перехода к следующей. Задания, проблемные вопросы, предложенные для изучения дисциплины, в том числе и для самостоятельного выполнения, носят междисциплинарный характер и

базируются, прежде всего, на причинно-следственных связях между компонентами окружающего нас мира. В течение семестра, необходимо подготовить рефераты (проекты) с использованием рекомендуемой основной и дополнительной литературы и сдать рефераты для проверки преподавателю. Важным составляющим в изучении данного курса является решение ситуационных задач и работа над проблемно-аналитическими заданиями, что предполагает знание соответствующей научной терминологии и т.д.

Для лучшего запоминания материала целесообразно использовать индивидуальные особенности и разные виды памяти: зрительную, слуховую, ассоциативную. Успешному запоминанию также способствует приведение ярких свидетельств и наглядных примеров. Учебный материал должен постоянно повторяться и закрепляться.

При выполнении докладов, творческих, информационных, исследовательских проектов особое внимание следует обращать на подбор источников информации и методику работы с ними.

Для успешной сдачи экзамена (зачета) рекомендуется соблюдать следующие правила:

Подготовка к экзамену (зачету) должна проводиться систематически, в течение всего семестра.

Интенсивная подготовка должна начаться не позднее, чем за месяц до экзамена.

Время непосредственно перед экзаменом (зачетом) лучше использовать таким образом, чтобы оставить последний день свободным для повторения курса в целом, для систематизации материала и доработки отдельных вопросов.

На экзамене высокую оценку получают студенты, использующие данные, полученные в процессе выполнения самостоятельных работ, а также использующие собственные выводы на основе изученного материала.

Учитывая значительный объем теоретического материала, студентам рекомендуется регулярное посещение и подробное конспектирование лекций.

## **11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)**

1. Microsoft Windows Server;
2. Семейство ОС Microsoft Windows;
3. Libre Office свободно распространяемый офисный пакет с открытым исходным кодом;
4. Информационно-справочная система: Система КонсультантПлюс (КонсультантПлюс);
5. Информационно-правовое обеспечение Гарант: Электронный периодический справочник «Система ГАРАНТ» (Система ГАРАНТ);
6. Электронная информационно-образовательная система ММУ: <https://elearn.mmu.ru/>

Перечень используемого программного обеспечения указан в п.12 данной рабочей программы дисциплины.

## **12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)**

12.1. Учебная аудитория для проведения учебных занятий, предусмотренных программой бакалавриата, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения.

Специализированная мебель:

Комплект учебной мебели (стол, стул) по количеству обучающихся; комплект мебели для преподавателя; доска (маркерная).

Технические средства обучения:

Компьютер в сборе для преподавателя, проектор, экран, колонки

Перечень лицензионного программного обеспечения, в том числе отечественного производства:

Windows 10, КонсультантПлюс, Система ГАРАНТ, Kaspersky Endpoint Security.

Перечень свободно распространяемого программного обеспечения:

Adobe Acrobat Reader DC, Google Chrome, LibreOffice, Skype, Zoom.

Подключение к сети «Интернет» и обеспечение доступа в электронную информационно-образовательную среду ММУ.

12.2. Помещение для самостоятельной работы обучающихся.

Специализированная мебель:

Комплект учебной мебели (стол, стул) по количеству обучающихся; комплект мебели для преподавателя; доска (маркерная).

Технические средства обучения:

Компьютер в сборе для преподавателя; компьютеры в сборе для обучающихся; колонки; проектор, экран.

Перечень лицензионного программного обеспечения, в том числе отечественного производства:

Windows Server 2016, Windows 10, Microsoft Office, КонсультантПлюс, Система ГАРАНТ, Kaspersky Endpoint Security.

Перечень свободно распространяемого программного обеспечения:

Adobe Acrobat Reader DC, Google Chrome, LibreOffice, Skype, Zoom, Gimp, Paint.net, AnyLogic, Inkscape.

### **13.Образовательные технологии, используемые при освоении дисциплины.**

Для освоения дисциплины используются как традиционные формы занятий – лекции (типы лекций – установочная, вводная, текущая, заключительная, обзорная; виды лекций – проблемная, визуальная, лекция конференция, лекция консультация); и семинарские (практические) занятия, так и активные и интерактивные формы занятий - деловые и ролевые игры, решение ситуационных задач и разбор конкретных ситуаций.

На учебных занятиях используются технические средства обучения мультимедийной аудитории: компьютер, монитор, колонки, настенный экран, проектор, микрофон, пакет программ Microsoft Office для демонстрации презентаций и медиафайлов, видеопроектор для демонстрации слайдов, видеосюжетов и др. Тестирование обучаемых может осуществляться с использованием компьютерного оборудования университета.

При реализации программы с применением ДОТ:

Все виды занятий проводятся в форме онлайн-вебинаров с использованием современных компьютерных технологий (наличие презентации и форума для обсуждения).

В процессе изучения дисциплины студенты выполняют практические задания и промежуточные тесты. Консультирование по изучаемым темам проводится в онлайн режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

#### **13.1. В освоении учебной дисциплины используются следующие традиционные образовательные технологии:**

- чтение проблемно-информационных лекций с использованием доски и видеоматериалов;
- семинарские занятия для обсуждения, дискуссий и обмена мнениями;
- контрольные опросы;
- консультации;
- самостоятельная работа студентов с учебной литературой и первоисточниками;

- подготовка и обсуждение рефератов (проектов), презентаций (научно-исследовательская работа);
- тестирование по основным темам дисциплины.

### **13.2. Активные и интерактивные методы и формы обучения**

Из перечня видов: («мозговой штурм», анализ НПА, анализ проблемных ситуаций, анализ конкретных ситуаций, инциденты, имитация коллективной профессиональной деятельности, разыгрывание ролей, творческая работа, связанная с освоением дисциплины, ролевая игра, круглый стол, диспут, беседа, дискуссия, мини-конференция и др.) используются следующие:

- диспут
- анализ проблемных, творческих заданий, ситуационных задач
- ролевая игра;
- круглый стол;
- мини-конференция
- дискуссия
- беседа.

### **13.3. Особенности обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ)**

При организации обучения по дисциплине учитываются особенности организации взаимодействия с инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья (далее – инвалиды и лица с ОВЗ) с целью обеспечения их прав. При обучении учитываются особенности их психофизического развития, индивидуальные возможности и при необходимости обеспечивается коррекция нарушений развития и социальная адаптация указанных лиц.

Выбор методов обучения определяется содержанием обучения, уровнем методического и материально-технического обеспечения, особенностями восприятия учебной информации студентами-инвалидами и студентами с ограниченными возможностями здоровья и т.д. В образовательном процессе используются социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе.

При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья электронное обучение и дистанционные образовательные технологии предусматривают возможность приема-передачи информации в доступных для них формах.

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены печатными и электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

**Автономная некоммерческая организация высшего образования  
«МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

---

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ  
ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ  
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

**Управление командой медиапроекта**

<i>Направление подготовки</i>	Медиакоммуникации
<i>Код</i>	42.03.05
<i>Направленность (профиль)</i>	Продюсирование цифрового контента
<i>Квалификация выпускника</i>	бакалавр

Москва  
2025

**1. Перечень кодов компетенций, формируемых дисциплиной в процессе освоения образовательной программы**

Группа компетенций	Категория компетенций	Код
Профессиональные		ПК-7

**2. Компетенции и индикаторы их достижения**

Код компетенции	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции
ПК-7	Способен организовывать и координировать процесс создания мультимедийного контента	ПК-7.1. Знает основы структурирования медиаорганизаций и принципы взаимодействия медиаорганизаций со внешней средой ПК-7.2. Умеет координировать работу технических, управленческих, творческих подразделений медиаорганизаций ПК-7.3. Владеет навыками выстраивания взаимодействия медиаорганизации со внешней средой

**3. Описание планируемых результатов обучения по дисциплине и критериев оценки результатов обучения по дисциплине**

**3.1 Описание планируемых результатов обучения по дисциплине**

Планируемые результаты обучения по дисциплине представлены дескрипторами (знания, умения, навыки).

Дескрипторы по дисциплине	Знать	Уметь	Владеть
Код компетенции	ПК-7		
	- основы структурирования медиаорганизаций и принципы взаимодействия медиаорганизаций со внешней средой	-координировать работу технических, управленческих, творческих подразделений медиаорганизаций	-навыками коммуникации при взаимодействии с внешней средой

**3.2. Критерии оценки результатов обучения по дисциплине**

Шкала оценивания	Индикаторы достижения	Показатели оценивания результатов обучения
ОТЛИЧНО	Знает:	- студент глубоко и всесторонне усвоил материал, уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает, опираясь на знания основной и дополнительной литературы, - на основе системных научных знаний делает квалифицированные выводы и обобщения, свободно оперирует

		категориями и понятиями.
	Умеет:	- студент умеет самостоятельно и правильно решать учебно-профессиональные задачи или задания, уверенно, логично, последовательно и аргументировано излагать свое решение, используя научные понятия, ссылаясь на нормативную базу.
	Владеет:	- студент владеет рациональными методами (с использованием рациональных методик) решения сложных профессиональных задач, представленных деловыми играми, кейсами и т.д.; При решении продемонстрировал навыки - выделения главного, - связкой теоретических положений с требованиями руководящих документов, - изложения мыслей в логической последовательности, - самостоятельного анализа факты, событий, явлений, процессов в их взаимосвязи и диалектическом развитии.
ХОРОШО	Знает:	- студент твердо усвоил материал, достаточно грамотно его излагает, опираясь на знания основной и дополнительной литературы, - затрудняется в формулировании квалифицированных выводов и обобщений, оперирует категориями и понятиями, но не всегда правильно их верифицирует.
	Умеет:	- студент умеет самостоятельно и в основном правильно решать учебно-профессиональные задачи или задания, уверенно, логично, последовательно и аргументировано излагать свое решение, не в полной мере используя научные понятия и ссылки на нормативную базу.
	Владеет:	- студент в целом владеет рациональными методами решения сложных профессиональных задач, представленных деловыми играми, кейсами и т.д.; При решении смог продемонстрировать достаточность, но не глубинность навыков - выделения главного, - изложения мыслей в логической последовательности. - связки теоретических положений с требованиями руководящих документов, - самостоятельного анализа факты, событий, явлений, процессов в их взаимосвязи и диалектическом развитии.
УДОВЛЕТВОРИТ ЕЛЬНО	Знает:	- студент ориентируется в материале, однако затрудняется в его изложении; - показывает недостаточность знаний основной и дополнительной литературы; - слабо аргументирует научные положения; - практически не способен сформулировать выводы и обобщения; - частично владеет системой понятий.

	Умеет:	- студент в основном умеет решить учебно-профессиональную задачу или задание, но допускает ошибки, слабо аргументирует свое решение, недостаточно использует научные понятия и руководящие документы.
	Владеет:	- студент владеет некоторыми рациональными методами решения сложных профессиональных задач, представленных деловыми играми, кейсами и т.д.; При решении продемонстрировал недостаточность навыков - выделения главного, - изложения мыслей в логической последовательности. - связки теоретических положений с требованиями руководящих документов, - самостоятельного анализа факты, событий, явлений, процессов в их взаимосвязи и диалектическом развитии.
НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬ НО	Знает:	- студент не усвоил значительной части материала; - не может аргументировать научные положения; - не формулирует квалифицированных выводов и обобщений; - не владеет системой понятий.
	Умеет:	студент не показал умение решать учебно-профессиональную задачу или задание.
	Владеет:	не выполнены требования, предъявляемые к навыкам, оцениваемым “удовлетворительно”.

**4. Типовые контрольные задания и/или иные материалы для проведения промежуточной аттестации, необходимые для оценки достижения компетенции, соотносенной с результатами обучения по дисциплине**

**Тесты**

- Какие методы оценки эффективности работы персонала являются наиболее распространенными в медиакомпаниях?
  - Анкетирование и интервью
  - 360-градусная обратная связь
  - Тестирование и экзамены
  - Анализ социальных сетей
- Какой принцип формирования команды считается оптимальным для творческих проектов в медиасфере?
  - Принцип случайного выбора
  - Принцип комплементарности навыков
  - Принцип иерархии возраста
  - Принцип однородности
- Какова роль корпоративной культуры в управлении персоналом медиакомпаний?
  - Не имеет значения
  - Определяет стиль общения
  - Влияет на мотивацию и лояльность сотрудников

- Г) Используется только в маркетинговых целях
4. Какие факторы необходимо учитывать при разработке программы обучения сотрудников медиакомпаний?
- А) Пол и возраст сотрудников
  - Б) Текущие тренды в медиа
  - В) Специфика работы отдела
  - Г) Все вышеперечисленное
5. Какие инструменты HR используются для анализа внутреннего климата в коллективе?
- А) Социометрия
  - Б) SWOT-анализ
  - В) PEST-анализ
  - Г) Бенчмаркинг
6. Какие стратегии управления конфликтами считаются эффективными в медиакомпаниях?
- А) Игнорирование конфликтов
  - Б) Принудительное разрешение
  - В) Поиск компромиссов
  - Г) Стимулирование конкуренции
7. Каковы основные цели карьерного планирования в медиакоммуникациях?
- А) Повышение уровня дохода сотрудников
  - Б) Развитие личностных качеств
  - В) Удовлетворение потребностей в самореализации
  - Г) Все вышеперечисленное
8. Какие методы управления талантами применяются в медиакомпаниях?
- А) Только материальное стимулирование
  - Б) Развитие и обучение
  - В) Карьерный рост
  - Г) Комплексный подход
9. Какие особенности управления персоналом необходимо учитывать в международных медиапроектах?
- А) Языковые барьеры
  - Б) Культурные различия
  - В) Временные зоны
  - Г) Все вышеперечисленные
10. Какие вызовы связаны с управлением удаленными командами в медиакоммуникациях?
- А) Технические проблемы связи
  - Б) Сложности в контроле работы
  - В) Отсутствие личного общения
  - Г) Все вышеперечисленные
11. Какие методы прогнозирования потребности в персонале используются в медиакомпаниях?
- А) Делфи-метод
  - Б) Регрессионный анализ
  - В) Метод экспертных оценок
  - Г) Анализ временных рядов
12. Каковы преимущества использования HR-технологий в управлении персоналом?

- А) Ускорение процесса найма
  - Б) Повышение точности оценки кандидатов
  - В) Снижение затрат на HR
  - Г) Все вышеперечисленные
13. Какие факторы влияют на эффективность командной работы в медиакомпаниях?
- А) Личные амбиции членов команды
  - Б) Общая цель и задачи проекта
  - В) Размер команды
  - Г) Все вышеперечисленные
14. Какие подходы к обучению сотрудников считаются наиболее эффективными в медиасфере?
- А) Традиционное обучение в классе
  - Б) E-learning
  - В) Смешанное обучение
  - Г) Кейс-метод
15. Какие аспекты важны при оценке лидерских качеств в медиакомпаниях?
- А) Способность к решению конфликтов
  - Б) Умение мотивировать команду
  - В) Владение техническими навыками
  - Г) Все вышеперечисленные
16. Какие принципы этики должны соблюдаться HR-специалистами в медиакоммуникациях?
- А) Конфиденциальность
  - Б) Справедливость
  - В) Прозрачность
  - Г) Все вышеперечисленные
17. Какие методы стимулирования сотрудников наиболее распространены в медиакомпаниях?
- А) Бонусы за выполнение плана
  - Б) Корпоративные мероприятия
  - В) Повышение в должности
  - Г) Все вышеперечисленные
18. Каковы основные задачи HR-отдела при управлении талантами?
- А) Поиск и привлечение талантов
  - Б) Развитие и обучение
  - В) Удержание и мотивация
  - Г) Все вышеперечисленные
19. Какие подходы к управлению изменениями считаются наиболее успешными в медиакомпаниях?
- А) Топ-даун подход
  - Б) Участие сотрудников в принятии решений
  - В) Использование внешних консультантов
  - Г) Все вышеперечисленные
20. Какие стратегии управления разнообразием и инклюзивностью применяются в медиакомпаниях?

- А) Создание специальных программ обучения
  - Б) Проведение культурных мероприятий
  - В) Разработка политик недискриминации
  - Г) Все вышеперечисленные
21. Какие методы управления карьерой сотрудников применяются в медиакомпаниях?
- А) Планирование карьерного роста
  - Б) Менторство и коучинг
  - В) Проведение карьерных дней
  - Г) Все вышеперечисленные
22. Какие инструменты используются для оценки вклада сотрудника в достижение целей компании?
- А) Оценка по KPI
  - Б) 360-градусная обратная связь
  - В) Самооценка
  - Г) Все вышеперечисленные
23. Какие подходы к управлению производительностью являются наиболее актуальными в медиасфере?
- А) Ежегодная аттестация
  - Б) Непрерывный коучинг
  - В) Управление по целям
  - Г) Все вышеперечисленные
24. Какие стратегии удержания сотрудников эффективны в медиакомпаниях?
- А) Конкурентоспособная заработная плата
  - Б) Корпоративные льготы
  - В) Возможности для профессионального развития
  - Г) Все вышеперечисленные
25. Какие методы оценки креативности используются при подборе персонала в медиакомпаниях?
- А) Тесты на творческое мышление
  - Б) Анализ портфолио
  - В) Интервью с фокусом на решение проблем
  - Г) Все вышеперечисленные
26. Какие факторы важны при выборе кандидатов на руководящие позиции в медиакомпаниях?
- А) Опыт управления проектами
  - Б) Умение работать в команде
  - В) Лидерские качества
  - Г) Все вышеперечисленные
27. Какие технологии HR используются для улучшения внутренней коммуникации в медиакомпаниях?
- А) Корпоративные социальные сети
  - Б) Системы управления знаниями
  - В) Мессенджеры
  - Г) Все вышеперечисленные

28. Какие методы мотивации наиболее эффективны для фрилансеров, работающих на медиакомпанию?
- А) Долгосрочные контракты
  - Б) Бонусы за проект
  - В) Гибкий график работы
  - Г) Все вышеперечисленные
29. Какие подходы к управлению конфликтами используются в международных медиапроектах?
- А) Медиация
  - Б) Арбитраж
  - В) Переговоры
  - Г) Все вышеперечисленные
30. Какие аспекты важны при оценке потенциала сотрудников для международных задач?
- А) Знание иностранных языков
  - Б) Опыт международного взаимодействия
  - В) Кросс-культурная компетентность
  - Г) Все вышеперечисленные

### **Примерный список вопросов**

1. Какие основные функции выполняет управление персоналом в медиаиндустрии?
2. Какие особенности управления персоналом существуют в сфере медиакоммуникаций по сравнению с другими отраслями?
3. Каковы основные требования к профессиональным навыкам управленца в медиакоммуникациях?
4. Как оцениваются эффективность и производительность персонала в медиаиндустрии?
5. Какие инструменты могут быть использованы для мотивации персонала в медиакомпаниях?
6. Какие проблемы могут возникнуть при управлении творческими сотрудниками в медиаиндустрии?
7. Какие особенности найма и подбора персонала существуют в медиакомпаниях?
8. Какие методы могут быть использованы для развития профессиональных навыков персонала в медиаиндустрии?
9. Какие конфликты могут возникать в медиакомпаниях и как их можно решать?
10. Как организовать эффективное взаимодействие между отделами в медиакомпаниях?
11. Какие методы оценки потребностей в обучении и развитии персонала можно применить в медиакомпаниях?
12. Какие факторы влияют на удовлетворенность и лояльность персонала в медиакомпаниях?
13. Как можно оптимизировать процесс коммуникации внутри медиакомпаний?
14. Какие инструменты и технологии могут быть использованы для управления персоналом в медиаиндустрии?
15. Какие особенности существуют в управлении персоналом в интернет-медиа?
16. Какие тенденции в управлении персоналом существуют в медиаиндустрии сегодня?
17. Какие принципы и методы управления персоналом в медиакомпаниях вы считаете наиболее эффективными?

18. Каковы основные причины конфликтов между сотрудниками в медиакомпании и как их можно предотвратить?
19. Какие компетенции необходимы руководителю в медиакомпании для успешного управления персоналом?
20. Как можно стимулировать творческий потенциал сотрудников в медиакомпании?
21. Как можно оценить потребности персонала в обучении и развитии в медиакомпании?
22. Какие методы мотивации сотрудников могут быть применены в медиакомпании с ограниченным бюджетом?
23. Какие методы оценки производительности сотрудников применяются в медиаиндустрии?
24. Каким образом можно развивать лидерские качества среди сотрудников в медиакомпании?
25. Какие инновационные подходы к управлению персоналом можно применить в медиаиндустрии?
26. Какие принципы и методы управления конфликтами между сотрудниками считаются наиболее эффективными в медиакомпании?
27. Какие инструменты внутренней коммуникации могут быть использованы в медиакомпании для улучшения взаимодействия между сотрудниками?
28. Каким образом можно развивать сотрудников для адаптации к изменениям в медиаиндустрии?
29. Какие методы обучения и развития персонала могут быть применены в медиакомпании для повышения профессиональных навыков сотрудников?
30. Как организовать процесс обратной связи с сотрудниками в медиакомпании для повышения их эффективности?
31. Какие инструменты и методы рекрутинга могут быть использованы для привлечения талантливых кандидатов в медиакомпанию?
32. Какие принципы эффективного руководства считаются ключевыми для успешного управления персоналом в медиаиндустрии?
33. Какие методы исследования удовлетворенности сотрудников могут быть применены в медиакомпании для выявления проблем и развития стратегий улучшения?
34. Каким образом можно управлять многообразием культур и личностей среди сотрудников в медиакомпании?
35. Какие методы могут быть использованы для повышения вовлеченности сотрудников в работу медиакомпаний?
36. Какие технологии HR-аналитики могут быть применены в медиакомпании для оптимизации управления персоналом?
37. Каким образом можно организовать эффективное внедрение новых сотрудников в медиакомпанию?
38. Как можно оценить эффективность культуры организации в медиакомпании и внести необходимые изменения для улучшения?
39. Каким образом можно привлечь и удержать талантливых сотрудников в медиаиндустрии?
40. Какие стратегии могут быть использованы для повышения уровня лояльности сотрудников к медиакомпанию?
41. Какие методы можно применить для развития руководящих качеств у сотрудников в медиаиндустрии?
42. Каким образом можно организовать работу в команде в медиакомпании для достижения общих целей?
43. Какие преимущества и недостатки существуют в применении виртуальных команд в медиаиндустрии?

44. Какие методы можно использовать для управления проектами в медиаиндустрии с учетом специфики медиакоммуникаций?

45. Каким образом можно развивать креативное мышление среди сотрудников в медиакомпании?

46. Какие методы могут быть использованы для улучшения качества обратной связи с клиентами в медиакомпании?

47. Каким образом можно организовать эффективное внутреннее обучение и развитие сотрудников в медиаиндустрии?

48. Какие методы могут быть использованы для управления изменениями в медиакомпании с целью минимизации сопротивления персонала?

49. Какие инструменты могут быть использованы для сбора обратной связи от сотрудников в медиакомпании?

50. Каким образом можно организовать эффективное распределение задач и ответственности между сотрудниками в медиакомпании?

51. Какие методы могут быть использованы для развития профессиональных навыков у сотрудников в медиакомпании?

52. Каким образом можно оценить эффективность обучения и развития сотрудников в медиакомпании?

53. Какие методы могут быть использованы для повышения мотивации сотрудников в медиаиндустрии?

54. Каким образом можно организовать эффективное взаимодействие с внешними партнерами и поставщиками в медиакомпании?

55. Какие методы могут быть использованы для улучшения коммуникации между сотрудниками в медиакомпании?

56. Каким образом можно оценить эффективность работы команды в медиакомпании?

57. Какие методы могут быть использованы для разрешения конфликтов между сотрудниками в медиакомпании?

58. Каким образом можно организовать систему вознаграждения и поощрения сотрудников в медиакомпании?

59. Какие методы могут быть использованы для управления диверсификацией сотрудников в медиаиндустрии?

60. Каким образом можно развивать профессиональные навыки руководителей в медиакомпании для эффективного управления персоналом?

## **Темы исследовательских, информационных, творческих проектов**

*Подготовка исследовательских проектов по темам:*

- 1.
2. Анализ влияния корпоративной культуры на эффективность работы сотрудников в медиакомпании.
3. Исследование методов мотивации и стимулирования персонала в медиаиндустрии: лучшие практики и вызовы.
4. Роль лидерства в управлении творческими сотрудниками в медиакомпании: стратегии и методы.
5. Анализ влияния оценки производительности на мотивацию и результативность работы сотрудников в медиаиндустрии.
6. Исследование проблем и вызовов управления персоналом в онлайн-медиа: особенности и эффективные стратегии решения.
7. Влияние диверсификации сотрудников на инновационные процессы и конкурентоспособность медиакомпании.
8. Роль внутренней коммуникации в управлении персоналом в медиаиндустрии:

оптимизация процессов и инструменты.

9. Исследование влияния обучения и развития на удовлетворенность и лояльность персонала в медиакомпании.

10. Развитие soft skills сотрудников в медиаиндустрии: методы, преимущества и вызовы.

11. Анализ влияния гибких форм занятости на производительность и мотивацию сотрудников в медиакомпании.

12. Разработка и внедрение программы управления диверсификацией сотрудников в медиаиндустрии: опыт и рекомендации.

13. Исследование проблем и вызовов управления проектами в медиакомпании: оптимизация процессов и методы управления.

14. Влияние виртуальных команд на эффективность работы и удовлетворенность сотрудников в медиакомпании: анализ лучших практик.

15. Анализ влияния корпоративных образовательных программ на профессиональное развитие сотрудников в медиаиндустрии.

16. Развитие системы обратной связи с сотрудниками в медиакомпании: улучшение процессов и инструменты.

### *Информационный проект*

Подготовьте информационный проект (презентацию) по теме:

1. Создание онлайн-портала о лучших практиках управления персоналом в медиаиндустрии.

2. Разработка видеокурса о методах мотивации персонала в медиакомпании.

3. Интерактивная презентация о важности развития soft skills у сотрудников в медиаиндустрии.

4. Веб-сайт о принципах лидерства и их применении в управлении персоналом в медиаиндустрии.

5. Онлайн-журнал о последних тенденциях в управлении конфликтами в медиакомпании.

6. Разработка мобильного приложения для оценки удовлетворенности сотрудников и выявления проблемных ситуаций в медиакомпании.

7. Создание видеоблога о лучших практиках обучения и развития персонала в медиаиндустрии.

8. Подготовка аудиоподкаста о роли внутренней коммуникации в медиакомпании и ее влиянии на эффективность работы.

9. Создание электронной книги о стратегиях управления проектами в медиакомпании.

10. Разработка онлайн-квиза о тенденциях и вызовах управления персоналом в медиаиндустрии.

11. Информационная презентация о влиянии гибких форм занятости на организационную культуру и производительность в медиакомпании.

12. Создание вебинара о методах управления изменениями в медиакомпании с целью минимизации сопротивления персонала.

13. Подготовка видеоролика о роли HR-аналитики в управлении персоналом в медиаиндустрии.

14. Разработка онлайн-платформы для обмена опытом и идеями по управлению персоналом между профессионалами в медиакоммуникациях.

15. Создание блога о современных тенденциях и новых подходах в управлении персоналом в медиаиндустрии.

### *Творческое задание*

1. Создание короткометражного фильма о типичных ситуациях управления персоналом в медиакомпании.
2. Разработка серии комиксов о забавных и необычных случаях управления персоналом в медиаиндустрии.
3. Составление игрового сценария для ролевой игры, смоделированной на ситуациях управления персоналом в медиакомпании.
4. Создание интерактивной доски объявлений с заданиями и кейсами по управлению персоналом в медиаиндустрии.
5. Организация творческого конкурса на лучший дизайн инновационной системы мотивации сотрудников в медиакомпании.
6. Проведение творческой встречи-брейншторма для разработки новых идей по управлению персоналом в медиаиндустрии.
7. Создание коллекции мультимедийных презентаций о ключевых аспектах управления персоналом в медиакомпании.
8. Разработка инновационной игры с элементами геймификации для обучения основам управления персоналом в медиаиндустрии.
9. Организация творческого проекта по созданию плакатов с мотивационными цитатами для сотрудников медиакомпании.
10. Проведение творческого конкурса на лучший рекламный ролик о значимости командной работы в медиаиндустрии.
11. Разработка интерактивного веб-приложения для самооценки профессиональных компетенций в области управления персоналом в медиакомпании.
12. Создание арт-инсталляции, отражающей идеи и принципы эффективного управления персоналом в медиакомпании.
13. Организация творческого мастер-класса по созданию мотивационных видео для сотрудников медиакомпании.
14. Проведение креативного соревнования на разработку дизайна и содержания внутреннего информационного портала для сотрудников медиакомпании.
15. Создание театрализованной постановки, иллюстрирующей ситуации управления персоналом в медиакомпании и способы их решения.
16. Разработка творческого проекта по созданию графических рассказов о успешных кейсах управления персоналом в медиаиндустрии.
17. Организация киноклуба для просмотра и обсуждения фильмов и сериалов, иллюстрирующих особенности управления персоналом в медиакомпании.
18. Проведение творческого конкурса на создание логотипа и слогана для программы обучения и развития персонала в медиаиндустрии.
19. Создание коллекции творческих открыток с пожеланиями и вдохновляющими сообщениями для сотрудников медиакомпании.
20. Разработка инновационного проекта по созданию виртуальной реальности для обучения основам управления персоналом в медиаиндустрии.

### **Примерный перечень вопросов к промежуточной аттестации:**

1. Какие качества необходимы руководителю отдела медиакоммуникаций?
2. Каковы основные задачи менеджера по персоналу в медиакомпании?
3. Какие методы оценки эффективности работы сотрудников используются в медиакоммуникациях?
4. Какие стратегии мотивации наиболее эффективны в медийной сфере?
5. Каковы особенности корпоративной культуры в медиакомпаниях?
6. Какие подходы к обучению и развитию персонала применяются в медиакоммуникациях?

7. Какие технологии используются для управления персоналом в медиасфере?
8. Каковы правовые аспекты трудоустройства в медиакоммуникациях?
9. Какие вызовы стоят перед HR-менеджерами в сфере медиакоммуникаций в условиях цифровизации?
10. Какие способы управления конфликтами наиболее эффективны в медиакомпаниях?
11. Какие существуют подходы к формированию команды в медиакомпаниях?
12. Какие факторы влияют на процесс принятия решений в управлении персоналом медиакомпаний?
13. Какие инструменты используются для анализа потребностей в обучении сотрудников медиасферы?
14. Каковы основные принципы этического поведения в медиакоммуникациях?
15. Какие методы прогнозирования потребности в персонале применяются в медиакомпаниях?
16. Какие особенности карьерного роста существуют в медиакоммуникациях?
17. Каковы основные вызовы в управлении межкультурными коммуникациями в медиасфере?
18. Какие стратегии управления талантами применяются в медиакомпаниях?
19. Какие способы оценки лидерских качеств используются в медиакоммуникациях?
20. Каковы основные тенденции в области HR-технологий, влияющие на управление персоналом в медиакоммуникациях?
21. Какие основные компетенции должен развивать HR-специалист в медиакоммуникациях?
22. Каковы лучшие практики управления изменениями в медиакомпаниях?
23. Какие подходы к управлению карьерой сотрудников эффективны в медиасфере?
24. Какие инструменты и технологии используются для рекрутинга в медиакоммуникациях?
25. Каковы основные принципы формирования системы вознаграждений в медиакомпаниях?
26. Какие методы управления производительностью применяются в медиасфере?
27. Каковы особенности управления удаленными командами в медиакоммуникациях?
28. Какие стратегии удержания сотрудников наиболее эффективны в медиакомпаниях?
29. Какие способы интеграции новых сотрудников используются в медиакоммуникациях?
30. Какие вызовы связаны с управлением разнообразием и инклюзивностью в медиакомпаниях?

## **5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания индикаторов достижения компетенций**

Специфика формирования компетенций и их измерение определяется структурированием информации о состоянии уровня подготовки обучающихся.

Алгоритмы отбора и конструирования заданий для оценки достижений в предметной области, техника конструирования заданий, способы организации и проведения стандартизированных оценочных процедур, методика шкалирования и методы обработки и интерпретации результатов оценивания позволяют обучающимся освоить компетентностно-ориентированные программы дисциплин.

Формирование компетенций осуществляется в ходе всех видов занятий, практики, а контроль их сформированности на этапе текущей, промежуточной и итоговой аттестации.

Оценивание знаний, умений и навыков по учебной дисциплине осуществляется посредством использования следующих видов оценочных средств:

- опросы: устный, письменный;
- задания для практических занятий;

- ситуационные задания;
- контрольные работы;
- коллоквиумы;
- написание реферата;
- написание эссе;
- решение тестовых заданий;
- экзамен.

### **Опросы по вынесенным на обсуждение темам**

Устные опросы проводятся во время практических занятий и возможны при проведении аттестации в качестве дополнительного испытания при недостаточности результатов тестирования и решения заданий. Вопросы опроса не должны выходить за рамки объявленной для данного занятия темы. Устные опросы необходимо строить так, чтобы вовлечь в тему обсуждения максимальное количество обучающихся в группе, проводить параллели с уже пройденным учебным материалом данной дисциплины и смежными курсами, находить удачные примеры из современной действительности, что увеличивает эффективность усвоения материала на ассоциациях.

Основные вопросы для устного опроса доводятся до сведения студентов на предыдущем практическом занятии.

Письменные опросы позволяют проверить уровень подготовки к практическому занятию всех обучающихся в группе, при этом оставляя достаточно учебного времени для иных форм педагогической деятельности в рамках данного занятия. Письменный опрос проводится без предупреждения, что стимулирует обучающихся к систематической подготовке к занятиям. Вопросы для опроса готовятся заранее, формулируются узко, дабы обучающийся имел объективную возможность полноценно его осветить за отведенное время.

Письменные опросы целесообразно применять в целях проверки усвояемости значительного объема учебного материала, например, во время проведения аттестации, когда необходимо проверить знания обучающихся по всему курсу.

При оценке опросов анализу подлежит точность формулировок, связность изложения материала, обоснованность суждений.

### **Решение заданий (кейс-методы)**

Решение кейс-методов осуществляется с целью проверки уровня навыков (владений) обучающегося по применению содержания основных понятий и терминов дисциплины вообще и каждой её темы в частности.

Обучающемуся объявляется условие задания, решение которого он излагает либо устно, либо письменно.

Эффективным интерактивным способом решения задания является сопоставления результатов разрешения одного задания двумя и более малыми группами обучающихся.

Задачи, требующие изучения значительного объема, необходимо относить на самостоятельную работу студентов, с непременно разбором результатов во время практических занятий. В данном случае решение ситуационных задач с глубоким обоснованием должно представляться на проверку в письменном виде.

При оценке решения заданий анализируется понимание обучающимся конкретной ситуации, правильность её понимания в соответствии с изучаемым материалом, способность обоснования выбранной точки зрения, глубина проработки рассматриваемого вопроса, умением выявить основные положения затронутого вопроса.

### **Решение заданий в тестовой форме**

Проводится тестирование в течение изучения дисциплины

Не менее чем за 1 неделю до тестирования, преподаватель должен определить обучающимся исходные данные для подготовки к тестированию: назвать разделы (темы, вопросы), по которым будут задания в тестовой форме, теоретические источники (с точным указанием разделов, тем, статей) для подготовки.

При прохождении тестирования пользоваться конспектами лекций, учебниками, и иными материалами не разрешено.