

Компонент ОПОП 42.04.02 Журналистика.
Направленность (профиль) Цифровая журналистика.
Б1.В.04

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Дисциплины
(модуля)

Управление медиапредприятием

Разработчик (и):

Рычкова Т.А.,
кандидат филологических наук, доцент,
доцент кафедры ФМКиЖ

Утверждено на заседании кафедры
филологии, межкультурных коммуникаций и
журналистики
протокол № 5 от 05.02.2026

Заведующий кафедрой



подпись

Саватеева О. В.
ФИО

1. Критерии и средства оценивания компетенций и индикаторов их достижения, формируемых дисциплиной (модулем)

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора(ов) достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине (модулю)			Оценочные средства текущего контроля	Оценочные средства промежуточной аттестации
		<i>Знать</i>	<i>Уметь</i>	<i>Владеть</i>		
УК -1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	ИД-1УК-1 Применяет системный подход в поисковой и аналитической деятельности для решения поставленных задач ИД-2УК-1 Осуществляет сбор, систематизацию и критический анализ информации, необходимой для выработки стратегии действий по разрешению проблемной ситуации ИД-3УК-1 Оценивает практические последствия возможных решений поставленных задач	методологические основы системного подхода к управлению медиапредприятием; методы критического анализа внутренней и внешней среды организации; принципы выявления проблемных ситуаций в деятельности медиаорганизаций; современные подходы к стратегическому управлению в медиаиндустрии; методы сбора, обработки и синтеза информации для принятия управленческих решений	осуществлять критический анализ состояния медиапредприятия и факторов внешней среды; выявлять проблемные ситуации в деятельности медиаорганизации; анализировать различные точки зрения и подходы к решению управленческих задач; синтезировать информацию из различных источников для выработки стратегии действий; применять системный подход при разработке управленческих решений	навыками системного анализа деятельности медиапредприятия; методами критической оценки управленческих ситуаций; способами выработки стратегии действий на основе комплексного анализа информации; приемами синтеза разнородной информации для принятия обоснованных управленческих решений	Работа на практических занятиях, посещаемость занятий	Вопросы к экзамену

УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	ИД-1УК-3 Вырабатывает стратегию сотрудничества и на ее основе организует работу команды для достижения поставленной цели ИД-2УК-3 Планирует командную работу, распределяет поручения и делегирует полномочия членам команды; организует обсуждение различных идей и мнений ИД-3УК-3 Преодолевает возникающие в команде разногласия и конфликты на основе учета интересов всех сторон	принципы формирования и управления командами в медиаиндустрии; методы разработки командной стратегии в условиях неопределенности; подходы к планированию и распределению задач в проектных командах; стратегии разрешения конфликтов в профессиональной среде; технологии эффективной коммуникации и делегирования полномочий в управленческой деятельности	разрабатывать стратегию сотрудничества и формировать команду для реализации управленческих задач; планировать и корректировать работу команды с учетом индивидуальных особенностей участников; выявлять и конструктивно разрешать конфликтные ситуации; организовывать дискуссии и коллективное обсуждение управленческих решений; эффективно распределять поручения и делегировать полномочия членам команды	навыками организации командной работы в медиаорганизации; методами выработки и реализации командной стратегии; способами эффективного распределения задач и контроля их исполнения; приемами управления конфликтами и поддержания конструктивного взаимодействия в коллективе; технологиями делегирования полномочий в управленческой практике	Работа на практических занятиях, посещаемость занятий	Вопросы к экзамену
УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	ИД-1УК-6 Устанавливает цели и приоритеты собственной деятельности при планировании и реализации траектории профессионального развития ИД-2УК-6 Определяет образовательные потребности и способы совершенствования собственной деятельности на основе самооценки	методы целеполагания и планирования профессионального развития в сфере медиаменеджмента; подходы к оценке эффективности использования личностных и профессиональных ресурсов; принципы непрерывного профессионального развития в управленческой деятельности; современные	формулировать цели собственной профессиональной деятельности и определять пути их достижения; критически оценивать эффективность использования времени и ресурсов для решения управленческих задач; выявлять зоны профессионального развития и определять способы их совершенствования; использовать возможности дополнительного образования и повышения	навыками самоорганизации и планирования профессиональной деятельности в сфере медиаменеджмента; методами критической оценки эффективности собственной деятельности; способами выявления приоритетных направлений профессионального развития; приемами непрерывного совершенствования управленческих компетенций; навыками рефлексии и самооценки результатов управленческой деятельности	Работа на практических занятиях, посещаемость занятий	Вопросы к экзамену

		тенденции развития медиаиндустрии и требования к профессиональным компетенциям руководителя; способы самооценки и рефлексии управленческой деятельности	квалификации; адаптировать управленческие подходы к изменяющимся условиям медиасреды			
ПК-1. Способен разрабатывать основные направления (концепции) вещания и осуществлять эфирное планирование совместно с коллегами	ПК-1.1. Самостоятельно пишет авторские комментарии и другие тексты в рамках редакционной политики, верстает авторские программы ПК-1.2. Готовит предложения для составления творческих планов редакции/канала ПК-1.3. Информировать ответственного выпускающего обо всех значимых сообщениях информационных агентств	теоретические основы стратегического и оперативного управления медиапредприятием; методы анализа рынка медиауслуг и конкурентной среды; принципы разработки концепции вещания и эфирного планирования; подходы к формированию контентной стратегии медиаорганизации; особенности планирования деятельности различных подразделений медиапредприятия	анализировать состояние рынка медиауслуг и предпочтения целевой аудитории; разрабатывать концепцию вещания с учетом рыночных условий и ресурсных возможностей; осуществлять стратегическое и тактическое планирование деятельности медиаорганизации; координировать работу подразделений при реализации эфирного плана; адаптировать планы деятельности к изменяющимся условиям рынка	навыками разработки концепции вещания медиапредприятия; методами стратегического и оперативного планирования в медиаиндустрии; способами эфирного планирования и координации деятельности подразделений; приемами анализа рыночной ситуации и корректировки планов деятельности	Работа на практических занятиях, посещаемость занятий	Вопросы к экзамену

ПК-2. Способен разрабатывать системы визуальной информации, идентификации и коммуникации, руководить деятельностью по разработке объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации	ПК-2.1. Проводит предпроектные дизайнерские исследования, разрабатывает и согласовывает с заказчиком проектное задание на создание систем визуальной информации, идентификации и коммуникации ПК-2.2. Осуществляет концептуальную и художественно-техническую разработку дизайн-проектов, авторский надзор за выполнением работ по изготовлению в производстве систем визуальной информации, идентификации и коммуникации ПК-2.3. Организует и контролирует работы по выполнению дизайн-проектов, планирует работы по разработке объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации	принципы разработки системы визуальной идентификации медиапредприятия; подходы к формированию бренда медиаорганизации; методы управления разработкой объектов визуальной информации и коммуникации; критерии оценки эффективности визуально-коммуникационных решений; современные тренды в области визуальной идентификации медиабрендов	разрабатывать концепцию визуальной идентификации медиапредприятия с учетом его стратегических задач; руководить деятельностью по созданию системы визуальной информации и коммуникации; обеспечивать единство вербальных и визуальных компонентов в коммуникационной стратегии организации; анализировать эффективность визуально-коммуникационных решений; интегрировать визуальную идентификацию в общую стратегию развития медиапредприятия	навыками разработки систем визуальной идентификации для медиаорганизаций; методами руководства творческими командами при создании визуально-коммуникационных решений; способами оценки эффективности визуальной идентификации; приемами интеграции визуальных компонентов в управленческую и коммуникационную деятельность медиапредприятия	Работа на практических занятиях, посещаемость занятий	Вопросы к экзамену
---	---	---	---	--	--	---------------------------

2. Оценка уровня сформированности компетенций (индикаторов их достижения)

Показатели оценивания компетенций (индикаторов их достижения)	Шкала и критерии оценки уровня сформированности компетенций (индикаторов их достижения)			
	Ниже порогового («неудовлетворительно»)	Пороговый («удовлетворительно»)	Продвинутый («хорошо»)	Высокий («отлично»)
Полнота знаний	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки.	Минимально допустимый уровень знаний. Допущены не грубые ошибки.	Уровень знаний в объёме, соответствующем программе подготовки. Допущены некоторые погрешности.	Уровень знаний в объёме, соответствующем программе подготовки.
Наличие умений	При выполнении стандартных заданий не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки.	Продemonстрированы основные умения. Выполнены типовые задания с не грубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объёме (отсутствуют пояснения, неполные выводы)	Продemonстрированы все основные умения. Выполнены все основные задания с некоторыми погрешностями. Выполнены все задания в полном объёме, но некоторые с недочётами.	Продemonстрированы все основные умения. Выполнены все основные и дополнительные задания без ошибок и погрешностей. Задания выполнены в полном объёме без недочётов.
Наличие навыков (владение опытом)	При выполнении стандартных заданий не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки.	Имеется минимальный набор навыков для выполнения стандартных заданий с некоторыми недочётами.	Продemonстрированы базовые навыки при выполнении стандартных заданий с некоторыми недочётами.	Продemonстрированы все основные умения. Выполнены все основные и дополнительные задания без ошибок и погрешностей. Продemonстрирован творческий подход к решению нестандартных задач.
Характеристика сформированности компетенции	Компетенции фактически не сформированы. Имеющихся знаний, умений, навыков недостаточно для решения практических (профессиональных) задач. ИЛИ Зачетное количество баллов не набрано согласно	Сформированность компетенций соответствует минимальным требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков в целом достаточно для решения практических (профессиональных) задач. ИЛИ Набрано зачетное количество баллов	Сформированность компетенций в целом соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков достаточно для решения стандартных профессиональных задач. ИЛИ Набрано зачетное количество баллов	Сформированность компетенций полностью соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков в полной мере достаточно для решения сложных, в том числе нестандартных, профессиональных задач. ИЛИ Набрано зачетное количество баллов

	установленному диапазону	согласно установленному диапазону	согласно установленному диапазону	согласно установленному диапазону
--	--------------------------	-----------------------------------	-----------------------------------	-----------------------------------

3. Критерии и шкала оценивания заданий текущего контроля

3.1 Критерии и шкала оценивания посещаемости занятий

Посещение занятий обучающимися определяется в процентном соотношении

Баллы	Критерии оценки
10	посещаемость 75 - 100 %
5	посещаемость 50 - 74 %
0	посещаемость менее 50 %

3.2 Критерии и шкала оценивания практических работ

Перечень практических работ, описание порядка выполнения и защиты работы, требования к результатам работы, структуре и содержанию отчета и т.п. представлены в методических материалах по освоению дисциплины (модуля) и в электронном курсе в ЭИОС МАУ.

Оценка/баллы	Критерии оценивания
Отлично	Задание выполнено полностью и правильно. Отчет по лабораторной/практической работе подготовлен качественно в соответствии с требованиями. Полнота ответов на вопросы преподавателя при защите работы.
Хорошо	Задание выполнено полностью, но нет достаточного обоснования или при верном решении допущена незначительная ошибка, не влияющая на правильную последовательность рассуждений. Все требования, предъявляемые к работе, выполнены.
Удовлетворительно	Задания выполнены частично с ошибками. Демонстрирует средний уровень выполнения задания на лабораторную/практическую работу. Большинство требований, предъявляемых к заданию, выполнены.
Неудовлетворительно	Задание выполнено со значительным количеством ошибок на низком уровне. Многие требования, предъявляемые к заданию, не выполнены. ИЛИ Задание не выполнено.

4. Критерии и шкала оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю) при проведении промежуточной аттестации

Критерии и шкала оценивания результатов освоения дисциплины (модуля) с экзаменом

Для дисциплин (модулей), заканчивающихся экзаменом, результат промежуточной аттестации складывается из баллов, набранных в ходе текущего контроля и при проведении экзамена:

В ФОС включен список вопросов и заданий к экзамену и типовый вариант экзаменационного билета:

1. Медиапредприятие как объект управления: понятие, сущность, специфические характеристики.
2. Модели управления медиапредприятием: сравнительный анализ линейной, функциональной, дивизиональной и матричной структур.
3. Современные тенденции развития медиаменеджмента: цифровая трансформация, конвергенция, мультиплатформенность.
4. Сущность и этапы стратегического управления в медиаорганизации. Миссия, цели и стратегические приоритеты.
5. Методы анализа внешней и внутренней среды медиапредприятия: PEST-анализ и SWOT-анализ (методика проведения и интерпретация результатов).
6. Типовые стратегии развития медиапредприятия: лидерство по издержкам, дифференциация, фокусирование. Стратегии диверсификации и интеграции.
7. Контентная стратегия как основа развития медиапредприятия: понятие, этапы разработки, ключевые решения.
8. Специфика кадрового обеспечения медиаиндустрии. Формирование команды медиапредприятия: подбор, отбор, найм сотрудников.
9. Мотивация и стимулирование труда в медиасфере: материальные и нематериальные формы. Управление творческим коллективом.
10. Управление конфликтами в медиаколлективе: причины, виды, стратегии разрешения.
11. Операционное управление в медиаорганизации: планирование деятельности, эфирное планирование, управление контентным производством.
12. Контроль качества медиапродукта: стандарты, критерии, методы оценки.
13. Управление проектами в медиаиндустрии: специфика, методологии (Waterfall, Agile, Scrum).
14. Экономические основы деятельности медиаорганизации: структура доходов и расходов, бюджетирование.
15. Ценообразование на медиапродукты: подходы и методы. Управление прибыльностью и рентабельностью.
16. Маркетинговая концепция управления медиапредприятием. Исследование рынка и аудитории: методы и инструменты.
17. Сегментирование аудитории и позиционирование медиапродукта. Управление лояльностью аудитории.
18. Бренд-менеджмент в медиасфере: формирование и продвижение медиабренда.
19. Цифровой маркетинг медиапредприятия: инструменты, метрики, оценка эффективности.
20. Цифровая трансформация медиапредприятия: вызовы, возможности, этапы реализации.
21. Инновационные модели монетизации медиаконтента: подписка, краудфандинг, нативная реклама.
22. Управление мультиплатформенным присутствием: стратегии, инструменты, оценка эффективности.
23. Роль визуальной идентификации в управлении медиапредприятием. Разработка системы визуальной идентификации.
24. Интеграция визуальной идентификации в стратегию медиабренда. Оценка

эффективности визуально-коммуникационных решений.

Вопросы к экзамену:

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Мурманский арктический университет»
(ФГАОУ ВО «МАУ»)

42.04.02 Журналистика.

Направленность (профиль) Цифровая журналистика

Кафедра филологии, межкультурной коммуникации и журналистики

Наименование дисциплины: Стилистика современного медиатекста

Билет № 1

Вопрос 1. Роль визуальной идентификации в управлении медиапредприятием. Разработка системы визуальной идентификации.

Вопрос 2. Интеграция визуальной идентификации в стратегию медиабренда. Оценка эффективности визуально-коммуникационных решений.

Зав. кафедрой ФМККиЖ _____ О. В. Саватеева

Протокол № 5 от «15» февраля 2026 г.

Оценка	Критерии оценки ответа на экзамене
<i>Отлично</i>	Обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, не затрудняется с ответом при видоизменении вопроса. Владеет специальной терминологией, демонстрирует общую эрудицию в предметной области, использует при ответе ссылки на материал специализированных источников, в том числе на Интернет-ресурсы.
<i>Хорошо</i>	Обучающийся твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, владеет специальной терминологией на достаточном уровне; могут возникнуть затруднения при ответе на уточняющие вопросы по рассматриваемой теме; в целом демонстрирует общую эрудицию в предметной области.

Удовлетворительно	Обучающийся имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, плохо владеет специальной терминологией, допускает существенные ошибки при ответе, недостаточно ориентируется в источниках специализированных знаний.
Неудовлетворительно	Обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, не владеет специальной терминологией, не ориентируется в источниках специализированных знаний. Нет ответа на поставленный вопрос.

Оценка, полученная на экзамене, переводится в баллы («5» — 20 баллов, «4» — 15 баллов, «3» — 10 баллов) и суммируется с баллами, набранными в ходе текущего контроля.

Итоговая оценка по дисциплине (модулю)	Суммарные баллы по дисциплине (модулю), в том числе	Критерии оценивания
Отлично	91 - 100	Выполнены все контрольные точки текущего контроля на высоком уровне. Экзамен сдан
Хорошо	81-90	Выполнены все контрольные точки текущего контроля. Экзамен сдан
Удовлетворительно	70- 80	Контрольные точки выполнены в неполном объеме. Экзамен сдан
Неудовлетворительно	69 и менее	Контрольные точки не выполнены или не сдан экзамен

5.Задания диагностической работы для оценки результатов обучения по дисциплине (модулю) в рамках внутренней и внешней независимой оценки качества образования.

ФОС содержит задания для оценивания знаний, умений и навыков, демонстрирующих уровень сформированности компетенций и индикаторов их достижения в процессе освоения дисциплины (модуля).

Комплект заданий разработан таким образом, чтобы осуществить процедуру оценки каждой компетенции, формируемых дисциплиной (модулем), у обучающегося в письменной форме.

Содержание комплекта включает: *тестовые задания*.

Комплект заданий диагностической работы

УК-1 - Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий

УК-3 - Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели

ПК-1 - Способен разрабатывать основные направления (концепции) вещания и осуществлять эфирное планирование совместно с коллегами

ПК-2 - Способен разрабатывать системы визуальной информации, идентификации и коммуникации, руководить деятельностью по разработке объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации

1. Что из перечисленного является специфической характеристикой медиапродукта как товара?

- а) материальность и длительный срок хранения
- б) двойственная природа (содержание и реклама)
- в) независимость от аудиторных предпочтений
- г) стабильность потребительского спроса

2. Какая модель управления предполагает объединение линейной и функциональной структур с созданием проектных групп?

- а) линейная
- б) функциональная
- в) дивизиональная
- г) матричная

3. Какой метод стратегического анализа позволяет оценить сильные и слабые стороны медиапредприятия, а также его возможности и угрозы?

- а) PEST-анализ
- б) SWOT-анализ
- в) ABC-анализ
- г) XYZ-анализ

4. Что из перечисленного относится к нематериальным формам мотивации сотрудников медиапредприятия?

- а) премии и бонусы
- б) повышение заработной платы
- в) публичное признание достижений
- г) оплата обучения

5. Какой метод управления проектами предполагает гибкий подход, разделение работы на короткие циклы (спринты) и активное взаимодействие с заказчиком?

- а) Waterfall
- б) Agile (Scrum)
- в) Prince2
- г) Six Sigma

6. Что из перечисленного относится к основным источникам доходов медиапредприятия?

- а) аренда помещений
- б) рекламные поступления
- в) банковские кредиты
- г) продажа оборудования

7. Какой метод ценообразования на медиапродукты основан на оценке ценности продукта для потребителя?

- а) затратный метод
- б) метод ценообразования по конкурентам
- в) метод ценообразования на основе потребительской ценности
- г) демпинговый метод

8. Что понимается под «мультиплатформенным присутствием» медиапредприятия?

- а) размещение контента на нескольких иностранных языках
- б) распространение контента на различных цифровых платформах
- в) наличие нескольких печатных версий издания
- г) использование разных видов рекламы

9. Какой инструмент цифрового маркетинга позволяет оценивать поведение пользователей на сайте медиапредприятия?

- а) CRM-система
- б) веб-аналитика (Яндекс.Метрика, Google Analytics)
- в) ERP-система
- г) CMS-система

10. Что из перечисленного относится к современным трендам визуальной идентификации медиабрендов?

- а) сложные многоцветные логотипы
- б) минимализм и адаптивность
- в) обилие текстовых элементов
- г) статичность и неизменность

11. Какая стратегия развития медиапредприятия предполагает поглощение компаний, работающих в смежных отраслях?

- а) стратегия лидерства по издержкам
- б) горизонтальная интеграция
- в) вертикальная интеграция
- г) стратегия фокусирования

12. Какой метод исследования аудитории позволяет получить глубинные данные о мотивах и потребностях потребителей медиапродукта?

- а) количественный опрос
- б) контент-анализ
- в) фокус-группа
- г) анализ метрик

13. Что из перечисленного относится к функциям эфирного планирования?

- а) разработка стратегии развития компании
- б) распределение контента по времени выхода
- в) формирование бюджета организации
- г) подбор и найм персонала

14. Какой показатель используется для оценки лояльности аудитории к медиабренду?

- а) ROMI (возврат маркетинговых инвестиций)
- б) NPS (индекс потребительской лояльности)
- в) ROI (окупаемость инвестиций)
- г) EBITDA (прибыль до вычета процентов, налогов и амортизации)

15. Какая стадия жизненного цикла медиапроекта предполагает постпроектное сопровождение и оценку достигнутых результатов?

- а) инициация
- б) планирование
- в) реализация
- г) завершение

16. Что из перечисленного является элементом системы визуальной идентификации медиапредприятия?

- а) миссия компании
- б) логотип и фирменный стиль
- в) штатное расписание
- г) финансовый план

УК-6 - Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки и образования в течение всей жизни

1. Что является первым шагом в процессе целеполагания для профессионального развития?

- а) оценка достигнутых результатов
- б) формулирование целей собственной деятельности
- в) поиск ресурсов для реализации
- г) анализ внешних факторов

2. Какой метод самооценки позволяет выявить сильные и слабые стороны профессиональных компетенций?

- а) SWOT-анализ личностных качеств
- б) PEST-анализ
- в) ABC-анализ
- г) XYZ-анализ

3. Что из перечисленного относится к внутренним ресурсам для профессионального развития?

- а) наличие наставника
- б) доступ к образовательным программам
- в) личная мотивация и целеустремленность
- г) финансовая поддержка организации

4. Какой подход к планированию профессиональной деятельности предполагает распределение задач по степени их важности и срочности?

- а) метод SMART
- б) матрица Эйзенхауэра
- в) метод Альпы
- г) диаграмма Ганта

5. Что из перечисленного является критерием правильно сформулированной цели профессионального развития?

- а) абстрактность и обобщенность
- б) зависимость от внешних обстоятельств
- в) конкретность и измеримость
- г) недостижимость в краткосрочной перспективе

6. Какой инструмент используется для оценки эффективности использования рабочего времени?

- а) хронометраж
- б) контент-анализ
- в) SWOT-анализ
- г) факторный анализ

7. Что из перечисленного относится к способам непрерывного профессионального образования?

- а) разовое повышение квалификации
- б) участие в профессиональных конференциях и вебинарах
- в) выполнение только текущих обязанностей
- г) отказ от освоения новых технологий

8. Какой этап входит в цикл самооценки профессиональной деятельности?

- а) игнорирование обратной связи
- б) анализ достигнутых результатов
- в) критика внешних обстоятельств
- г) перекладывание ответственности

9. Что из перечисленного является примером приобретения новых знаний и навыков с целью совершенствования деятельности?

- а) выполнение привычных задач
- б) освоение новой цифровой платформы для управления проектами
- в) отказ от использования современных технологий
- г) копирование действий коллег без анализа

10. Какой метод позволяет определить приоритетные направления профессионального развития на основе требований рынка?

- а) анализ вакансий и требований работодателей
- б) интроспекция
- в) медитация
- г) автопилот

11. Что из перечисленного относится к критериям оценки эффективности использования ресурсов в профессиональной деятельности?

- а) количество затраченного времени без учета результата
- б) соотношение достигнутых результатов и затраченных ресурсов
- в) отсутствие планов и целей
- г) зависимость от внешних факторов

12. Какой подход к профессиональному развитию предполагает постоянное обновление знаний и навыков в соответствии с изменениями в отрасли?

- а) концепция lifelong learning (обучение в течение всей жизни)
- б) однократное получение образования
- в) отказ от повышения квалификации
- г) пассивное ожидание изменений

13. Что из перечисленного является инструментом для отслеживания прогресса в достижении профессиональных целей?

- а) дневник достижений
- б) список желаний
- в) архив старых проектов
- г) папка с сертификатами

14. Какой фактор наиболее важен при определении временной перспективы развития профессиональной деятельности?

- а) отсутствие временных ограничений
- б) реалистичная оценка времени, необходимого для достижения цели
- в) игнорирование дедлайнов
- г) установление неограниченных сроков

15. Что из перечисленного относится к формам обратной связи для самооценки профессиональной деятельности?

- а) только мнение руководства
- б) мнение коллег, клиентов, саморефлексия

- в) только количественные показатели
- г) только внешние оценки

16. Какой принцип лежит в основе непрерывного профессионального развития?

- а) образование заканчивается после получения диплома
- б) профессиональные навыки не требуют обновления
- в) обучение и развитие продолжаются на протяжении всей жизни
- г) развитие происходит только в молодом возрасте

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний (ключи)

Ключи к тестовым заданиям

№ вопроса	УК 1, УК 3, ПК 1, ПК 2	УК 6
1	б	б
2	г	а
3	б	в
4	в	б
5	б	в
6	б	а
7	в	б
8	б	б
9	б	б
10	б	а
11	в	б
12	в	а

№ вопроса	УК 1, УК 3, ПК 1, ПК 2	УК 6
13	б	а
14	б	б
15	г	б
16	б	в