

ПРИЛОЖЕНИЕ А
ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ «Формирование имиджа региона»

1. Перечень оценочных средств для компетенций, формируемых в результате освоения дисциплины

| Код контролируемой компетенции | Способ оценивания | Оценочное средство |
|---|-------------------|---|
| ПК-5: Способен обосновывать управленческие решения, связанные с формированием положительного имиджа региона | Зачет | Комплект контролирующих материалов для зачета |

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания

Оцениваемые компетенции представлены в разделе «Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций» рабочей программы дисциплины «Формирование имиджа региона».

При оценивании сформированности компетенций по дисциплине «Формирование имиджа региона» используется 100-балльная шкала.

| Критерий | Оценка по 100-балльной шкале | Оценка по традиционной шкале |
|--|------------------------------|------------------------------|
| Студент освоил изучаемый материал, выполняет задания в соответствии с индикаторами достижения компетенций, может допускать отдельные ошибки. | 25-100 | <i>Зачтено</i> |
| Студент не освоил основное содержание изученного материала, задания в соответствии с индикаторами достижения компетенций не выполнены или выполнены неверно. | 0-24 | <i>Не зачтено</i> |

3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки уровня достижения компетенций в соответствии с индикаторами

1. Задание на выявление задач и приоритетов в формировании имиджа региона и РФ

| Компетенция | Индикатор достижения компетенции |
|--|--|
| ПК-5 Способен обосновывать управленческие решения, связанные с формированием положительного имиджа региона | ПК-5.1 Демонстрирует знание задач и приоритетов в формировании имиджа региона и РФ |

Задание 1.

Ц е л ь: рассмотреть особенности имиджа региона.

З а д а ч а: Изучить задачи и приоритеты в формировании имиджа региона и РФ (ПК- 5.1) составить примерный перечень характеристик населенного пункта, привлекательного для проживания, посещения, осуществления бизнес-деятельности (по выбору), и дать ответы на поставленные ниже вопросы.

- 1) Каковы уникальные характеристики данного населенного пункта?
- 2) С какими поселениями было бы оправдано сотрудничество данного населенного пункта с целью его развития? Почему?
- 3) Какие задачи решает зонирование территории населенного пункта?
- 4) Рассмотрите основные стратегии проектирования и продвижения имиджа региона. Какие технологии проектирования в коллективной творческой деятельности вы будите использовать? Какие технологии и методы продвижения имиджа региона?

2.Задание на выявление основных тенденций развития ключевых интеграционных процессов для формирования положительного имиджа региона

| Компетенция | Индикатор достижения компетенции |
|--|---|
| ПК-5 Способен обосновывать управленческие решения, связанные с формированием положительного имиджа региона | ПК-5.2 Способен определять основные тенденции развития ключевых интеграционных процессов для формирования положительного имиджа региона |

Деловая игра «Стратегия улучшения и развития имиджа территории»

Ц е л ь: выработка навыков комплексного анализа текущего состояния и дальнейших перспектив территории, оценка основных тенденций развития ключевых интеграционных процессов для формирования положительного имиджа региона (ПК-5.2).

Предварительное задание:

- 1) студенты делятся на группы по 4–5 человек;
- 2) каждая группа выбирает определенную территорию (город или МО)

и осуществляет:

- анализ месторасположения территории;
- анализ социально-экономического развития территории;
- SWOT-анализ территории;
- анализ конкурентов и партнеров территории;
- статистический анализ потребителей территории;
- выделение ключевых проблем и ожиданий основных групп потребителей территории.

Задание на деловой игре:

- сформулировать имидж территории;
- определить основную цель территории и ключевые задачи по ее достижению;
 - выявить целевые ориентиры (на основе анализа, проведенного при выполнении предварительного задания);
 - выстроить дерево целей и задач;
 - указать меры, необходимые для решения поставленных задач;
 - установить индикаторы выполнения задач, участников их реализации (исполнителей) и сроки.

3.Задание на формирование имиджа региона

| Компетенция | Индикатор достижения компетенции |
|--|---|
| ПК-5 Способен обосновывать управленческие решения, связанные с формированием | ПК-5.1 Демонстрирует знание задач и приоритетов в формировании имиджа региона и |

| | |
|-------------------------------|---|
| положительного имиджа региона | РФ |
| | ПК-5.2 Способен определять основные тенденции развития ключевых интеграционных процессов для формирования положительного имиджа региона |

Деловая игра «Формирование и продвижение имиджа региона России»

Постановка проблемы. На сегодняшний день все большее число регионов обращает внимание на необходимость проведения имиджевой политики. Формирование позитивного имиджа городов и регионов становится одной из приоритетных задач при разработке документов стратегического планирования в г. Вологде, Казани, Тульской и Московской областях и т.д. Регионы, занимающиеся разработкой и продвижением своего имиджа, получают большую привлекательность для инвесторов. Однако имидж может быть как положительным, так и отрицательным. Руководство любого города или региона стремится создать уникальный, благоприятный имидж.

Цель. Обучиться на основании анализа уровня социально-экономического развития региона (на примере г. Москвы) представлять как положительный, так и отрицательный имидж.

План деловой игры. Две группы студентов получают задание представить, соответственно, положительный и отрицательный имидж заданного региона. Студенты готовятся в течение 30—40 мин и представляют результаты своей подготовки в течение 10—15 мин. Команда экспертов должна оценить выступления согласно предложенным критериям.

Распределение ролей. Студенты делятся на две группы и команду экспертов.

Общее описание игры. Каждая из групп в отведенное время характеризует имидж региона (г. Москвы): первая группа — положительный, вторая — отрицательный на основе оценки наиболее значимых имиджеобразующих факторов, содержащихся в раздаточном материале. Команда экспертов оценивает выступления и определяет команду-победителя.

Условия, инструктаж. Студенты получают распечатки с таблицами «Наиболее значимые имиджеобразующие факторы»,

Наиболее значимые имиджеобразующие факторы

| Группа факторов | Факторы |
|-----------------|---|
| Экономические | Уровень и динамика экономического развития; ресурсный потенциал; состояние инфраструктуры и коммуникаций; инвестиционный климат; степень свободы движения капитала, товаров, рабочей силы |
| Политические | Устойчивость и преемственность власти; наличие политического диалога институтов власти, партий и институтов общественного самоуправления; прозрачность политических процедур, деятельности СМИ; независимость СМИ |
| Социальные | Условия жизнеобеспечения и уровень безопасности; социальный климат; общественный порядок; традиции, история, самобытность культуры народов |

Результаты проведенного анализа заносятся в таблицу «Оценка положительных и негативных сторон имиджа региона», с целью выявления основных тенденций развития ключевых интеграционных процессов для формирования положительного имиджа региона

(ПК-5.2). Задача команды экспертов — оценить подготовленные выступления докладчиков и общую работу группы согласно представленным в таблице критериям.

Оценка положительных и негативных сторон имиджа региона

| Имиджеобразующие факторы | Формирующие положительный имидж факторы | Формирующие отрицательный имидж факторы |
|--------------------------|---|---|
| 1. Экономические | | |
| 2. Политические | | |
| 3. Социальные | | |

Критерии оценки работы групп экспертами (оцениваются по 3-балльной шкале: 1 — удовлетворительно, 2 — хорошо, 3 — отлично):

- согласованность действий команды (эффективность совместной работы, целесообразность распределения ролей и т.д.);
- убедительность выступления докладчиков (знание задач и приоритетов в формировании имиджа региона и РФ **(ПК-5.1)** умение преподнести материал: структурированность и логичность ответа, владение материалом, ссылки на источники);
- знание фактологического материала (лекционный материал, законодательно-нормативная база, рекомендованная литература);
- наличие и качество аналитической части выступления (выводы, заключение);
- умение отстаивать свою точку зрения (владение широкой доказательной базы).

Подготовка материального обеспечения. Дополнительное оборудование для игры не требуется.

4. Решение задач с целью формирования положительного имиджа региона

| Компетенция | Индикатор достижения компетенции |
|--|---|
| ПК-5 Способен обосновывать управленческие решения, связанные с формированием положительного имиджа региона | ПК-5.1 Демонстрирует знание задач и приоритетов в формировании имиджа региона и РФ |
| | ПК-5.2 Способен определять основные тенденции развития ключевых интеграционных процессов для формирования положительного имиджа региона |

Задача 1. Наличие собственного электронного портала у города неотъемлемая часть его брендинга. Изучите существующий портал вашего города. С применением задач и приоритетов в формировании имиджа региона и РФ (ПК-5.1), составьте список изменений, которые бы вы внесли.

Задача 2. Подумайте, что дает населению брендинг территории их города/региона. Используя основные тенденции развития ключевых интеграционных процессов для формирования положительного имиджа региона (ПК-5.2), перечислите все возможные каналы получения горожанами информации об имидже их города. Каково влияние имиджа города на жизнь и благополучие горожан. Приведите примеры.

Задача 3. Курортный брендинг (развитие тематических ниш). На Черноморском побережье России ежегодно отдыхает до 30 миллионов соотечественников, половина из которых - молодежь до 25 лет. Зная задачи и приоритеты в формировании имиджа региона (ПК-5.1), подумайте, чем привлекателен может стать курорт для молодежи? Определив основные тенденции развития ключевых интеграционных процессов для формирования положительного имиджа региона (ПК-5.2), на чем сделать акцент в брендинге курорта, чтобы привлечь такую возрастную группу? Приведите примеры

4. Файл и/или БТЗ с полным комплектом оценочных материалов прилагается.