

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Таскаев Сергей Васильевич  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 06.07.2026 11:48:41  
Уникальный программный ключ:  
04c19ed8bfb98f3b6cb77a486b9a8788b8322323



МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Факультет журналистики Кафедра теории медиа

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Управление персоналом в медиаиндустрии» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Современные медиакоммуникационные стратегии» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1	стр. 1 из 16	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____
----------------------	--------------	------------------------	---------------

**Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации**

по дисциплине (модулю)

**Управление персоналом в медиаиндустрии**

Направление подготовки (специальность)  
**42.04.01 Реклама и связи с общественностью**

Направленность (профиль)

**Современные медиакоммуникационные стратегии**

Присваиваемая квалификация  
**магистр**

Форма обучения  
**очная**

Челябинск 2026 г.



МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)  
Факультет журналистики  
Кафедра теории медиа

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Управление персоналом в медиаиндустрии» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Современные медиакоммуникационные стратегии» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 2 из 16

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

**42.04.01 Реклама и связи с общественностью, Современные медиакоммуникационные стратегии, Управление персоналом в медиаиндустрии, очная**

**Фонд оценочных средств дисциплины (модуля) одобрен и рекомендован:**

Проректор по учебной работе \_\_\_\_\_ утверждено 27.02.2026 А.А. Саламатов

Ученым советом факультета журналистики

Протокол заседания № 8 от 19.02.2026

Председатель Ученого совета

факультета журналистики

согласовано

Б.Н. Киршин

**Заседанием кафедры теории медиа**

Протокол заседания № 9 от 12.02.2026

Заведующий кафедрой

согласовано

Е.Ю. Панова

Автор (составитель)

Б.Н. Киршин

**Структура фондов оценочных средств соответствует приказу ректора ФГБОУ ВО «ЧелГУ» от «27» сентября 2022 г. № 573-1**



МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)  
Факультет журналистики  
Кафедра теории медиа

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Управление персоналом в медиаиндустрии» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Современные медиакоммуникационные стратегии» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 3 из 16

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

## Содержание

1. Паспорт фонда оценочных средств.
2. Перечень формируемых компетенций:
  - 2.1. компетенции, закрепленные за дисциплиной.
3. Содержание оценочных средств по дисциплине:
  - 3.1. виды оценочных средств;
  - 3.2. содержание оценочных средств.
4. Порядок проведения и критерии оценивания промежуточной аттестации:
  - 4.1. порядок проведения промежуточной аттестации;
  - 4.2. критерии оценивания промежуточной аттестации по видам оценочных средств;
  - 4.3. результаты промежуточной аттестации и уровни сформированности компетенций.



МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)  
Факультет журналистики  
Кафедра теории медиа

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Управление персоналом в медиаиндустрии» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Современные медиакоммуникационные стратегии» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 4 из 16

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

## 1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Направление подготовки: *42.04.01 Реклама и связи с общественностью*

Направленность (профиль) *«Современные медиакоммуникационные стратегии»*

Дисциплина: *Управление персоналом в медиаиндустрии*

Семестр (семестры) изучения: *2*

Форма (формы) промежуточной аттестации: *зачет*

## 2. ПЕРЕЧЕНЬ ФОРМИРУЕМЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ

### 2.1. Компетенции, закреплённые за дисциплиной

Изучение дисциплины *«Управление персоналом в медиаиндустрии»* направлено на формирование следующих компетенций:

Коды компетенции (по ФГОС)	Содержание компетенций согласно ФГОС	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
1	2	3
УК-3	Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	<b>Знать</b> Для достижения УК-3.1.: Знать принципы командной стратегии для достижения поставленной цели. <b>Уметь</b> Для достижения УК-3.1.: Уметь разрабатывать командную стратегию для достижения поставленной цели. <b>Владеть</b> Для достижения УК-3.1.: Владеть навыками применения командной стратегии для достижения поставленной цели. <b>Знать</b> Для достижения УК-3.2.: Знать принципы организации и руководства работы команды. <b>Уметь</b> Для достижения УК-3.2.: Уметь применять принципы организации и руководства работы команды. <b>Владеть</b> Для достижения УК-3.2.:



МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)  
Факультет журналистики  
Кафедра теории медиа

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Управление персоналом в медиаиндустрии» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Современные медиакоммуникационные стратегии» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 5 из 16

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

		<p>Владеть практическим опытом организации и руководства работы команды.</p> <p><b>Знать</b> Для достижения УК-3.3.: Знать показатели результативности работы команды и личных действий в ней.</p> <p><b>Уметь</b> Для достижения УК-3.3.: Уметь демонстрировать понимание результатов работы команды и личных действий в ней.</p> <p><b>Владеть</b> Для достижения УК-3.3.: Владеть навыками анализа результативности работы команды и личных действий в ней.</p>
УК-5	Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	<p><b>Знать</b> Для достижения УК-5.1.: Знать о разнообразии культур и об основных принципах межкультурного взаимодействия</p> <p><b>Уметь</b> Для достижения УК-5.1.: Уметь применять знания о разнообразии культур и об основных принципах межкультурного взаимодействия</p> <p><b>Владеть</b> Для достижения УК-5.1.: Владеть навыками практического использования знаний о разнообразии культур и об основных принципах межкультурного взаимодействия</p> <p><b>Знать</b> Для достижения УК-5.2.: Знать принципы анализа и использования в профессиональной деятельности культурных и этических особенностей среды.</p> <p><b>Уметь</b> Для достижения УК-5.2.: Уметь применять принципы анализа и использования в профессиональной деятельности культурных и этических особенностей среды.</p> <p><b>Владеть</b></p>



МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)  
Факультет журналистики  
Кафедра теории медиа

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Управление персоналом в медиаиндустрии» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Современные медиакоммуникационные стратегии» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 6 из 16

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

		<p>Для достижения УК-5.2.: Владеть практическими навыками анализа и использования в профессиональной деятельности культурных и этических особенностей среды.</p> <p><b>Знать</b> Для достижения УК-5.3.: Знать принципы межкультурного взаимодействия при выполнении профессиональных задач</p> <p><b>Уметь</b> Для достижения УК-5.3.: Уметь использовать навыки межкультурного взаимодействия при выполнении профессиональных задач</p> <p><b>Владеть</b> Для достижения УК-5.3.: Владеть опытом использования навыков межкультурного взаимодействия при выполнении профессиональных задач</p>
УК-6	Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	<p><b>Знать</b> Для достижения УК-6.1.: Знать рефлексивные методы в процессе оценки разнообразных ресурсов, используемых для решения задач самоорганизации и саморазвития.</p> <p><b>Уметь</b> Для достижения УК-6.1.: Уметь применять рефлексивные методы в процессе оценки разнообразных ресурсов, используемых для решения задач самоорганизации и саморазвития.</p> <p><b>Владеть</b> Для достижения УК-6.1.: Владеть опытом применения рефлексивных методов в процессе оценки разнообразных ресурсов, используемых для решения задач самоорганизации и саморазвития</p> <p><b>Знать</b> Для достижения УК-6.2.: Знать принципы определения целей и приоритетов собственной деятельности и</p>



МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)  
Факультет журналистики  
Кафедра теории медиа

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Управление персоналом в медиаиндустрии» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Современные медиакоммуникационные стратегии» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 7 из 16

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

		<p>способы их достижения.</p> <p><b>Уметь</b> Для достижения УК-6.2.: Уметь определять цели и приоритеты собственной деятельности и способы их достижения.</p> <p><b>Владеть</b> Для достижения УК-6.2.: Владеть опытом определения целей и приоритетов собственной деятельности и способы их достижения</p> <p><b>Знать</b> Для достижения УК-6.3.: Знать принципы планирования результатов собственной деятельности с учетом необходимых ресурсов.</p> <p><b>Уметь</b> Для достижения УК-6.3.: Уметь планировать результаты собственной деятельности с учетом необходимых ресурсов.</p> <p><b>Владеть</b> Для достижения УК-6.3.: Владеть навыками определения результатов собственной деятельности с учетом необходимых ресурсов.</p>
ПК-1	Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью	<p><b>Знать</b> Для достижения ПК-1.1.: Знать функционал руководителя линейного/функционального подразделения отдела по рекламе и (или) связям с общественностью организации или коммуникационного/рекламного/ PR-агентства.</p> <p><b>Уметь</b> Для достижения ПК-1.1.: Уметь применять функционал руководителя линейного/функционального подразделения отдела по рекламе и (или) связям с общественностью организации или коммуникационного/рекламного/ PR-агентства.</p> <p><b>Владеть</b></p>



МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)  
Факультет журналистики  
Кафедра теории медиа

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Управление персоналом в медиаиндустрии» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Современные медиакоммуникационные стратегии» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 8 из 16

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

		<p>Для достижения ПК-1.1.: Владеть навыками использования функционала руководителя линейного/функционального подразделения отдела по рекламе и (или) связям с общественностью организации или коммуникационного/рекламного/ PR-агентства</p> <p><b>Знать</b> Для достижения ПК-1.2.: Знать ход выполнения проектной работы в сфере рекламы и связей с общественностью на основе оценки эффективности результатов работы.</p> <p><b>Уметь</b> Для достижения ПК-1.2.: Уметь контролировать и регулировать ход выполнения проектной работы в сфере рекламы и связей с общественностью на основе оценки эффективности результатов работы.</p> <p><b>Владеть</b> Для достижения ПК-1.2.: Владеть навыками контроля и регулирования хода выполнения проектной работы в сфере рекламы и связей с общественностью на основе оценки эффективности результатов работы.</p>
ПК-2	Способен осуществлять научные исследования с учетом специфики профессиональной сферы	<p><b>Знать</b> Для достижения ПК-2.1.: Знать аналитические методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта и применяет их на практике.</p> <p><b>Уметь</b> Для достижения ПК-2.1.: Уметь отбирать аналитические методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта и применяет их</p>



МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)  
Факультет журналистики  
Кафедра теории медиа

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Управление персоналом в медиаиндустрии» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Современные медиакоммуникационные стратегии» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 9 из 16

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

		<p>на практике.</p> <p><b>Владеть</b> Для достижения ПК-2.1.: Владеть навыками отбора аналитические методов и инструментов для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта и применяет их на практике.</p> <p><b>Знать</b> Для достижения ПК-2.2.: Знать основы анализ ситуации и разработки программы исследований в сфере рекламы и связей с общественностью.</p> <p><b>Уметь</b> Для достижения ПК-2.2.: Уметь проводить анализ ситуации и разрабатывать программы исследований в сфере рекламы и связей с общественностью.</p> <p><b>Владеть</b> Для достижения ПК-2.2.: Владеть навыками анализа ситуации и разработки программы исследований в сфере рекламы и связей с общественностью.</p>
--	--	---

### 3. СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

#### 3.1 Виды оценочных средств

№ п/п	Код компетенции/ планируемые результаты обучения	Контролируемые темы/ разделы	Наименование оценочного средства для текущего контроля	Наименование оценочного средства на промежуточной аттестации/№ задания
1	УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию	Специфика управления в медиаиндустриях Основы управления	Контрольные задания	Вопросы к зачету



МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)  
Факультет журналистики  
Кафедра теории медиа

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Управление персоналом в медиаиндустрии» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Современные медиакоммуникационные стратегии» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 10 из 16

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

	для достижения поставленной цели			
2	УК-5. Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	Обзор основных приемов	Контрольные задания	Вопросы к зачету
3	УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	Специфика управления в медиаиндустриях	Контрольные задания	Вопросы к зачету
4	ПК-1. Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью	Кейсы управления в медиаиндустриях	Контрольные задания	Вопросы к зачету
5	ПК-2. Способен осуществлять научные исследования с учетом специфики профессиональной сферы	Кейсы управления в медиаиндустриях Разбор управленческих кейсов	Контрольные задания	Вопросы к зачету

Типовые задания, критерии и показатели оценивания в рамках текущего контроля представлены в рабочей программе дисциплины (модуля). Полные комплекты оценочных средств и контрольно-измерительных материалов хранятся на кафедре.

### 3.2 Содержание оценочных средств



Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Управление персоналом в медиаиндустрии» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Современные медиакоммуникационные стратегии» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 11 из 16

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

## Контрольные задания.

### 1. Каковы основы управления персоналом?

**Основы управления персоналом** — это фундаментальные принципы и ключевые функции, направленные на эффективное использование способностей сотрудников для достижения целей организации.

#### Ключевые элементы:

1. **Планирование персонала:** Определение потребности в кадрах (сколько, каких специалистов и когда нужны компании).
2. **Подбор и найм:** Поиск, привлечение и отбор лучших кандидатов на вакантные позиции.
3. **Адаптация:** Введение новых сотрудников в компанию, их обучение и интеграция в коллектив.
4. **Оценка и аттестация:** Регулярная оценка результатов работы и потенциала сотрудников для принятия решений о повышении, обучении или ротации.
5. **Обучение и развитие:** Повышение квалификации и развитие профессиональных и личностных качеств сотрудников.
6. **Мотивация и стимулирование:** Создание системы оплаты труда, бонусов, льгот и нематериальных стимулов (признание, карьерный рост) для повышения вовлеченности.
7. **Формирование корпоративной культуры:** Создание и поддержание комфортной рабочей среды, ценностей и традиций, которые объединяют коллектив.
8. **Работа с кадровым резервом и карьерное планирование:** Подготовка сотрудников к будущим руководящим или ключевым ролям в компании.

**Главная цель** — сделать так, чтобы нужные люди были в нужном месте в нужное время и были максимально мотивированы на результат.

2. Дайте общую характеристику приемам управления персоналом в медиаиндустрии.

Управление персоналом в медиаиндустрии имеет **специфические особенности**, обусловленные творческим характером работы, высоким уровнем конкуренции и быстрой сменой трендов.

#### Характерные приемы и их особенности:

##### 1. Управление талантами (Talent Management):

○ **В чем заключается:** Акцент на поиске и удержании не просто сотрудников, а ярких творческих professionals — журналистов, блогеров, продюсеров, сценаристов с уникальными навыками и узнаваемым именем.

○ **Пример:** Создание условий для звездных сотрудников (авторские проекты, высокая степень творческой свободы), чтобы они не ушли к конкурентам.

##### 2. Гибкие формы занятости и проектная работа:



Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Управление персоналом в медиаиндустрии» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Современные медиакоммуникационные стратегии» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 12 из 16

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

○ **В чем заключается:** Широкое использование фрилансеров, внештатных авторов, экспертов и съемочных групп под конкретный проект.

○ **Пример:** Для создания сериала нанимается временный творческий коллектив (режиссер, оператор, актеры), который распускается после окончания съемок.

### 3. **Создание творческой атмосферы и нематериальная мотивация:**

○ **В чем заключается:** Для креативных сотрудников важны не только деньги, но и возможность реализовать свои идеи, признание коллег и аудитории, а также свободная, небюрократическая среда.

○ **Пример:** Проведение мозговых штурмов, хакатонов, создание креативных пространств (офисы с зонами отдыха), публичное признание заслуг (награды, упоминания в СМИ).

### 4. **Акцент на обучение и адаптацию к новым технологиям:**

○ **В чем заключается:** Постоянное и быстрое обучение сотрудников работе с новыми цифровыми платформами, форматами (VR, AR, подкасты) и инструментами аналитики.

○ **Пример:** Проведение воркшопов по монтажу вертикального видео для соцсетей или по использованию искусственного интеллекта в создании контента.

### 5. **Управление проектами, а не процессами:**

○ **В чем заключается:** Руководитель часто выступает не как контролер, а как продюсер или менеджер проекта, который координирует творческих специалистов для достижения общей цели в срок и в рамках бюджета.

**Главный вызов:** Найти баланс между творческой свободой сотрудников и коммерческими интересами медиабизнеса, а также создать систему, которая может быстро адаптироваться к изменениям на рынке.

## **Вопросы к зачету (с краткими ответами)**

### 1. **Сущность управления персоналом**

Это систематическое и целенаправленное воздействие на сотрудников организации для максимального использования их потенциала в достижении стратегических целей компании. Это функция менеджмента, которая обеспечивает эффективную работу людей.

### 2. **Современные направления развития управления персоналом**

• **HR-аналитика (People Analytics):** Принятие кадровых решений на основе данных.

• **Digital HR:** Автоматизация процессов (ATS, HRM-системы), диджитализация onboarding, удаленная работа.

• **Управление талантами (Talent Management):** Акцент на удержании и развитии ключевых сотрудников.

• **Эйчар как бизнес-партнер:** Встраивание HR в бизнес-процессы для решения стратегических задач.

• **Забота о wellbeing:** Управление эмоциональным выгоранием, забота о ментальном и физическом здоровье сотрудников.



Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Управление персоналом в медиаиндустрии» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Современные медиакоммуникационные стратегии» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 13 из 16

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

### **3. Структура концепции управления персоналом**

Концепция обычно включает:

1. **Философию управления:** Основные принципы отношения к персоналу.
2. **Стратегическую цель:** Ключевая задача (например, стать лучшим работодателем на рынке).
3. **Тактические задачи:** Что конкретно делать (подбор, обучение, мотивация).
4. **Политики:** Принципы в конкретных областях (оплата труда, карьера).
5. **Критерии оценки:** Как измерить эффективность работы с персоналом.

### **4. Кадровый потенциал службы управления персоналом**

Это совокупность знаний, навыков, компетенций и опыта сотрудников HR-департамента, которые позволяют им эффективно решать задачи по управлению человеческими ресурсами в организации.

### **5. Кадровый цикл**

Последовательность этапов взаимодействия сотрудника с компанией:

1. **Подбор** → 2. **Наем** → 3. **Адаптация** → 4. **Развитие** → 5. **Мотивация** → 6. **Оценка** → 7. **Высвобождение** (увольнение или ротация).

### **6. Маркетинг персонала**

Это деятельность, направленная на формирование привлекательного имиджа компании как работодателя (**HR-бренд**) на внутреннем и внешнем рынке труда для привлечения и удержания лучших специалистов.

### **7. Факторы стратегического управления персоналом**

- **Внешние:** Конкуренция, состояние рынка труда, законодательство, технологические изменения.
- **Внутренние:** Бизнес-стратегия компании, организационная структура, финансовые возможности, корпоративная культура.

### **8. Стратегическая ориентация на деловую активность сотрудников в области медиаиндустрии**

Формирование среды, где сотрудники (журналисты, продюсеры, блогеры) proactive, инициативны и настроены на создание востребованного аудиторией контента. Это достигается через гибкие условия, проектный подход, возможность экспериментировать и получать долю в коммерческом успехе проектов.

### **9. Практика формирования резерва персонала медиаорганизации (примеры)**

- **Пример 1: "Кадровый резерв"** в крупном медиахолдинге. Отбор перспективных сотрудников через оценку, затем специальная программа развития (менторство, стажировки в разных департаментах) для подготовки к руководящим должностям (главный редактор, продюсер).

- **Пример 2: "Студенческие пулы"** телеканалов. Привлечение талантливых студентов журфаков для работы на неключевых ролях с возможностью дальнейшего карьерного роста.

### **10. Ошибки планирования персонала (примеры)**



Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Управление персоналом в медиаиндустрии» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Современные медиакоммуникационные стратегии» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 14 из 16

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

- **Пример 1:** Запуск нового медиапроекта без расчета необходимой численности команды → приводит к выгоранию существующих сотрудников и срыву дедлайнов.

- **Пример 2:** Отсутствие преемственности. Увольнение ключевого ведущего, не имеющего "дублера" → падение рейтингов программы и поиск замены в авральном режиме.

#### 11. Системная работа с персоналом медиаорганизации (примеры)

- **Пример:** Внедрение единой **HRM-системы** (например, на базе 1С или Oracle), которая автоматизирует весь кадровый цикл: от заявки на вакансию от руководителя до расчета КРІ и формирования зарплаты, что повышает прозрачность и эффективность.

**12. Развитие ответственности персонала**  
Достигается через:

- **Делегирование полномочий:** Предоставление сотрудникам свободы в принятии решений в их зоне ответственности.

- **Четкие КРІ:** Сотрудник понимает, за что и как его оценивают.

- **Участие в проектах:** Возможность вести свой проект от идеи до реализации.

- **Материальная и нематериальная ответственность:** Система поощрений и санкций.

**13. Оценка персонала**  
Система измерения эффективности и потенциала сотрудников. Методы:

- **КРІ и ОКР:** Оценка по результатам.

- **Аттестация:** Комплексная оценка компетенций раз в 1-2 года.

- **360 градусов:** Оценка сотрудника коллегами, подчиненными и руководителем.

- **Assessment Center:** Деловые игры и кейсы для оценки поведения в смоделированных рабочих ситуациях.

#### 14. Техника подбора персонала (примеры)

- **Кейс-интервью:** Кандидату на должность продюсера предлагают разработать концепцию нового шоу.

- **Тестовое задание:** Журналист пишет статью на заданную тему, видеомонтажер монтирует сюжет из предоставленного материала.

- **Screening-собеседование:** Короткое интервью по телефону или Zoom для отсева явно неподходящих кандидатов.

#### 15. Стили поведения в конфликте (по модели Томаса-Килмена)

1. **Соперничество (Конкуренция):** Настоять на своем любой ценой.

2. **Приспособление:** Уступить оппоненту, сохранив отношения.

3. **Компромисс:** Найти решение, частично устраивающее обе стороны.

4. **Избегание:** Уйти от конфликта, отложить его решение.

5. **Сотрудничество:** Совместно найти решение, полностью удовлетворяющее интересы всех сторон (наиболее конструктивный, но и самый трудозатратный стиль).



Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Управление персоналом в медиаиндустрии» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Современные медиакоммуникационные стратегии» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 15 из 16

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

## 4. ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

### 4.1. Порядок проведения промежуточной аттестации

Зачет по дисциплине в 2 семестре выставляется по итогам работы студента в семестре (текущая успеваемость) и результатам собеседования на зачете.

### 4.2. Критерии оценивания промежуточной аттестации по видам оценочных средств.

#### 4.2.1 Критерии оценивания творческих заданий

<b>Отлично (зачтено)</b>	<b>Хорошо (зачтено)</b>	<b>Удовлетворительно (зачтено)</b>	<b>Неудовлетворительно (зачтено)</b>
<i>Высокий уровень освоения проверяемых компетенций</i>	<i>Средний уровень освоения проверяемых компетенций</i>	<i>Базовый уровень освоения проверяемых компетенций</i>	<i>Недостаточный уровень освоения проверяемых компетенций</i>
Задание выполнено в полном объеме; пояснение не содержит ошибок.	Задание выполнено в полном объеме; пояснение содержит 2–3 негрубые ошибки.	Задание выполнено не в полном объеме ИЛИ пояснение содержит грубые ошибки.	Задание выполнено в полном объеме; пояснение содержит большое количество ошибок.

### 4.3. Результаты промежуточной аттестации и уровни сформированности компетенций

При подведении итогов учитываются результаты текущей аттестации.

При подведении итогов учитываются результаты текущей аттестации. Полученные за текущую аттестацию баллы суммируются с баллами, полученными за каждый этап при прохождении промежуточной аттестации:

0-49 баллов - неудовлетворительно (2) / незачет;

50-69 баллов - удовлетворительно (3) / зачет;

70-90 баллов - хорошо (4) / зачет;

91-100 баллов - отлично (5) / зачет.



МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)  
Факультет журналистики  
Кафедра теории медиа

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Управление персоналом в медиаиндустрии» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Современные медиакоммуникационные стратегии» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 16 из 16

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

Особенности проведения процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья обозначены в рабочей программе дисциплины (модуля).

Уровни сформированности компетенций определяется следующим образом:

1. *Низкий уровень* соответствует оценке неудовлетворительно.

2. *Базовый уровень* соответствует оценке удовлетворительно. Он предполагает формирование компетенций на начальном уровне: знание основных положений дисциплины.

3. *Средний уровень* соответствует оценке хорошо:

– предполагает формирование компетенций на более высоком уровне: формируются комплексное знание содержания дисциплины, умение сбора, анализа информации, необходимой для использования информационных технологий в научно-исследовательской работе;

– студент способен давать развернутые ответы на теоретические вопросы дисциплины на уровне не ниже оценки «удовлетворительно».

4. *Высокий уровень* сформированности компетенций соответствует оценке отлично:

– предполагает формирование компетенций на высоком уровне, готовность к самостоятельной профессиональной деятельности;

– студент способен аргументировать собственную точку зрения по дискуссионным вопросам дисциплины, решать ситуационные задачи, критически оценивать информацию, формулировать собственные выводы.