

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Косенок Сергей Михайлович
Должность: ректор
Дата подписания: 15.06.2026 14:21:55
Уникальный идентификатор документа:
e3a68f3eaa1e62674b54f4998099d3d6bfdcf836

Тестовое задание для диагностического тестирования по дисциплине:

**«Имидж и репутация работодателя»
6 семестр**

| | |
|--------------------------|--|
| Квалификация выпускника | бакалавр |
| Направление подготовки | 38.03.03 |
| | Управление персоналом |
| Направленность (профиль) | Кадровая политика и управление трудовой деятельностью в организации <i>наименование</i> |
| Форма обучения | очная |
| Кафедра разработчик | Государственного и муниципального управления и управления персоналом <i>наименование</i> |
| Выпускающая кафедра | Государственного и муниципального управления и управления персоналом <i>наименование</i> |

| № п.п. | Проверяемая компетенция | Задание | Варианты ответов | Тип сложности вопроса |
|--------|-------------------------|---|---|-----------------------|
| 1. | ПК-2.1 | 1. Имидж работодателя от репутации работодателя отличается тем, что: (выберите один правильный ответ) | 1) имидж больше поддается целенаправленному формированию 2) репутация быстрее формируется 3) имидж всегда соответствует реальному положению дел 4) репутация не зависит от действий HR-службы | низкий |
| 2. | ПК-2.1 | 2. Основная функциональная задача PR-служб в формировании имиджа работодателя: (выберите один правильный ответ) | 1) участие в подборе персонала 2) использование манипулятивных технологий для удержания сотрудников 3) создание и трансляция привлекательного образа компании на рынке труда 4) повышение заработной платы | низкий |
| 3. | ПК-2.1 | 3. Эффективность HR-брендинговой кампании оценивается прежде всего по: (выберите один правильный ответ) | 1) количеству публикаций в СМИ 2) росту числа качественных кандидатов и снижению текучести кадров 3) бюджету, потраченному на рекламу 4) количеству спонсорских средств | низкий |
| 4. | ПК-2.1 | 4. Деятельность HR-службы по формированию внутреннего | 1) подавление негативного отношения коллектива к руководству 2) изменение внешнего вида | низкий |

| | | | | |
|----|--------|---|--|---------|
| | | <p>имиджа работодателя направлена на: (выберите один правильный ответ)</p> | <p>сотрудников 3) развитие корпоративной культуры и лояльности персонала 4) материальное стимулирование без учета ценностей</p> | |
| 5. | ПК-2.1 | <p>5. Задачи, входящие в круг деятельности HR-специалиста по управлению репутацией работодателя: (выберите один правильный ответ)</p> | <p>1) изучение и прогнозирование состояния рынка труда и ожиданий соискателей 2) разработка государственной целевой программы 3) выявление закономерностей развития социальных структур 4) установление контактов с руководством вышестоящей организации</p> | низкий |
| 6. | ПК-2.1 | <p>6. К основным каналам коммуникации для формирования имиджа работодателя НЕ относится: (впишите правильный ответ)</p> | <p>1) сайт с отзывами сотрудников 2) карьерный сайт компании 3) внутренний портал для сотрудников 4) личная переписка руководителя с каждым соискателем</p> | средний |
| 7. | ПК-2.1 | <p>7. Внутренние задачи службы по управлению имиджем работодателя: (выберите 2</p> | <p>1) изучение внешнего рынка труда 2) разработка рекомендаций по формированию EVP (ценностного предложения работодателя)</p> | средний |

| | | | | |
|-----|--------|---|--|---------|
| | | правильных ответа) | 3) установление контактов с внешними СМИ 4) профилактика конфликтов и укрепление корпоративной культуры | |
| 8. | ПК-2.1 | 8. К задачам, решаемым подразделениями по управлению репутацией работодателя, не относится: (выберите 2 правильных ответа) | 1) взаимодействие с представителями СМИ на постоянной основе 2) информирование соискателей об условиях труда 3) демонстрация и дегустация продукции 4) организация дней открытых дверей и встреч с кандидатами 5) размещение коммерческой рекламы, не связанной с наймом | средний |
| 9. | ПК-2.1 | 9. Имидж работодателя — это образ компании, ...: (выберите 2 правильных ответа) | 1) создаваемый исключительно рекрутерами 2) сложившийся в сознании самих сотрудников 3) состоящий только из внешней атрибутики (офис, логотип) 4) сложившийся в массовом сознании соискателей и общества | средний |
| 10. | ПК-2.1 | 10. Комплекс мероприятий, связанных с прогнозированием, недопущением или преодолением | | средний |

| | | | | |
|-----|--------|---|---|---------|
| | | репутационного кризиса компании как работодателя, — это: (впишите один правильный ответ) | | |
| 11. | ПК-2.1 | 11. Составляющие элементы внутреннего имиджа работодателя: (выберите 2 правильных ответа) | 1) имидж руководства 2) имидж HR-службы и отношение к сотрудникам 3) продукция/услуги компании (для внешних клиентов) 4) финансовая отчетность | средний |
| 12. | ПК-2.1 | 12. К категориям внутренней общественности организации (с точки зрения имиджа работодателя) относятся: (впишите один правильный ответ) | | средний |
| 13. | ПК-2.1 | 13. Основание для выделения разных видов имиджа работодателя (например, имидж для соискателей, имидж для сотрудников, имидж для партнеров): (выберите 2 | 1) целевая аудитория 2) содержание имиджа (какие именно атрибуты работы оцениваются) 3) цветовая гамма логотипа 4) размер заработной платы | средний |

| | | | | |
|-----|--------|---|--|---------|
| | | правильных ответа) | | |
| 14. | ПК-2.1 | 14. Основная функция HR-мероприятий, направленных на внешний имидж работодателя: (выберите 2 правильных ответа) | 1) проведение внутренней социальной политики 2) формирование положительного имиджа компании на рынке труда 3) привлечение к мероприятию спонсоров 4) взаимодействие с вузами и профильными сообществами 5) установление связей с общественностью как работодателем | средний |
| 15. | ПК-2.1 | 15. Задачи, входящие в круг деятельности HR-специалиста по управлению имиджем работодателя: (выберите 3 правильных ответа) | 1) изучение ожиданий соискателей и сотрудников 2) прогнозирование изменений на рынке труда 3) выработка стратегии HR-бренда 4) мониторинг отзывов о компании как работодателя 5) установление контактов с вышестоящим руководством (не связано с HR-брендом) | средний |
| 16. | ПК-2.1 | 16. Установите соответствие: | А) имидж работодателя Б) репутация работодателя В) EVP (ценностное предложение работодателя) 1. Совокупность представлений о компании как о месте работы, целенаправленно формируемая | высокий |

| | | | | |
|-----|--------|---|---|---------|
| | | | <p>2. Реальное мнение бывших и действующих сотрудников, основанное на опыте</p> <p>3. Набор материальных и нематериальных выгод, которые компания предлагает сотрудникам</p> | |
| 17. | ПК-2.1 | <p>17. Основные функции официальных каналов коммуникации работодателя (сайт, соцсети, карьерный портал): (выберите все правильные варианты ответов из предложенных)</p> | <p>1) субъективное отражение жизни компании исходя из мнения собственников</p> <p>2) удовлетворение информационных потребностей соискателей и сотрудников</p> <p>3) обеспечение коммуникации между кандидатами и HR</p> <p>4) производство информации, препятствующей общественному прогрессу (неверно)</p> | высокий |
| 18. | ПК-2.1 | <p>18. Установите соответствие между принципами управления репутацией работодателя и их определениями:</p> | <p>а) оперативность</p> <p>б) прозрачность</p> <p>в) системность</p> <p>г) законность</p> <p>1) открытость информации об условиях труда</p> <p>2) неукоснительное следование трудовому законодательству</p> | высокий |

| | | | | |
|-----|--------|---|--|---------|
| | | | <p>3) своевременное реагирование на негативные отзывы</p> <p>4) каждое действие должно приводить к достижению HR-бренда</p> | |
| 19. | ПК-2.1 | <p>19. Установите соответствие между функциями HR-службы в формировании имиджа работодателя и их определениями:</p> | <p>1. аналитическая</p> <p>2. коммуникативная</p> <p>3. консультативная</p> <p>4. организационная</p> <p>а) проведение мероприятий (дни открытых дверей)</p> <p>б) мониторинг отзывов и рынка труда</p> <p>в) установление связей с соискателями и сотрудниками</p> <p>г) работа с линейными руководителями по вопросам имиджа</p> | высокий |
| 20. | ПК-2.1 | <p>20. Согласно современной HR-практике, установите соответствие между видами репутации работодателя и их характеристиками:</p> | <p>1. внешняя репутация</p> <p>2. внутренняя репутация</p> <p>3. репутация на отраслевом рынке</p> <p>а) мнение соискателей и общества о компании как работодателя</p> <p>б) мнение действующих сотрудников</p> | высокий |

| | | | | |
|--|--|--|---|--|
| | | | в) оценка со стороны профессионального сообщества и конкурентов | |
|--|--|--|---|--|