

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**
Маркетинг в книжном деле

Код модуля
1158477(1)

Модуль
Рекламный аспект издательской деятельности

Екатеринбург

Оценочные материалы составлены автором(ами):

| № п/п | Фамилия, имя, отчество | Ученая степень, ученое звание | Должность | Подразделение |
|--------------|-------------------------------|--|------------------|----------------------|
| 1 | Дагаева Юлия Михайловна | без ученой степени, без ученого звания | Преподаватель | издательского дела |
| 2 | Промах Лилия Валерьевна | кандидат филологических наук | доцент | Издательского дела |

Согласовано:

Управление образовательных программ

Е.С. Комарова

Авторы:

- Дагаева Юлия Михайловна, Преподаватель, издательского дела
- Промах Лилия Валерьевна, доцент, Издательского дела

1. СТРУКТУРА И ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ Маркетинг в книжном деле

| | | | |
|----|--------------------------------------|--|---|
| 1. | Объем дисциплины в зачетных единицах | 5 | |
| 2. | Виды аудиторных занятий | Лекции Практические/семинарские занятия | |
| 3. | Промежуточная аттестация | Зачет Экзамен | |
| 4. | Текущая аттестация | Контрольная работа | 2 |
| | | Домашняя работа | 2 |

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ (ИНДИКАТОРЫ) ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ Маркетинг в книжном деле

Индикатор – это признак / сигнал/ маркер, который показывает, на каком уровне обучающийся должен освоить результаты обучения и их предъявление должно подтвердить факт освоения предметного содержания данной дисциплины, указанного в табл. 1.3 РПМ-РПД.

Таблица 1

| Код и наименование компетенции | Планируемые результаты обучения (индикаторы) | Контрольно-оценочные средства для оценивания достижения результата обучения по дисциплине |
|---|--|--|
| 1 | 2 | 3 |
| ОПК-5 -Способен к осуществлению внутриорганизационного, межведомственного и межсекторного взаимодействия с органами власти, коммерческими организациями и институтами гражданского общества, образовательными организациями, СМИ с учетом запросов клиентов, партнеров, других субъектов для эффективного | З-2 - Характеризовать роль и механизм межведомственного взаимодействия и социального партнерства в достижении целей организации и решении профессиональных задач П-2 - Решать поставленные задачи, относящиеся к области профессиональной деятельности, опираясь на принципы и используя различные формы межведомственного взаимодействия и социального партнерства У-2 - Обосновать целесообразность выбора форм межведомственного взаимодействия и социального | Домашняя работа № 1 Домашняя работа № 2 Зачет Контрольная работа № 1 Контрольная работа № 2 Лекции Практические/семинарские занятия Экзамен |

| | | |
|--|---|--|
| решения профессиональных задач | партнерства для решения профессиональных задач с учетом запросов клиентов, партнеров, других субъектов | |
| ПК-4 -Способен исследовать книжный рынок, рынок электронных изданий, средств массовой информации и конкурентной среды с целью выработки маркетинговой стратегии издательского предприятия (Печатные, электронные и интернет-издания) | З-2 - Характеризовать методiku маркетинговых исследований книжного рынка, основные каналы продвижения издательской продукции и основные способы маркетингового анализа целевой аудитории и читательского адреса П-1 - Оформлять результаты маркетинговых исследований рынка печатных, электронных и интернет-изданий для перспективных разработок У-1 - Анализировать текущее состояние современного книжного рынка и рынка электронных изданий в России и за рубежом | Домашняя работа № 1 Домашняя работа № 2 Зачет Контрольная работа № 1 Контрольная работа № 2 Лекции Практические/семинарские занятия Экзамен |
| ПК-7 -Способен разрабатывать инновационные проекты в области редакционно-издательских, информационных и маркетинговых технологий в издательском деле (Печатные, электронные и интернет-издания) | З-2 - Объяснять специфику издательских проектов, этапов подготовки издания, зон редакторской ответственности, особенностей маркетинга и продвижения издания П-1 - Оформлять аналитические отчеты об эффективности и совершенствованию предприятий книжного бизнеса У-1 - Идентифицировать типологические и классификационные схемы, принципы репертуарной и тиражной политики в области издания и распространения печатных и электронных средств информации различной тематической направленности в целях получения эффективных результатов издательской предпринимательской деятельности | Домашняя работа № 1 Домашняя работа № 2 Зачет Контрольная работа № 1 Контрольная работа № 2 Лекции Практические/семинарские занятия Экзамен |

3. ПРОЦЕДУРЫ КОНТРОЛЯ И ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ В РАМКАХ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ В БАЛЬНО-РЕЙТИНГОВОЙ СИСТЕМЕ (ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА БРС)

3.1. Процедуры текущей и промежуточной аттестации по дисциплине

| | | |
|--|---------------------------------|------------------------------|
| 1. Лекции: коэффициент значимости совокупных результатов лекционных занятий – 0.5 | | |
| Текущая аттестация на лекциях | Сроки – семестр, учебная неделя | Максимальная оценка в баллах |
| <i>домашняя работа 1</i> | 5,6 | 100 |
| Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лекциям – 1 | | |
| Промежуточная аттестация по лекциям – нет | | |
| Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по лекциям – не предусмотрено | | |
| 2. Практические/семинарские занятия: коэффициент значимости совокупных результатов практических/семинарских занятий – 0.5 | | |
| Текущая аттестация на практических/семинарских занятиях | Сроки – семестр, учебная неделя | Максимальная оценка в баллах |
| <i>контрольная работа 1</i> | 5,10 | 100 |
| Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по практическим/семинарским занятиям – 0.5 | | |
| Промежуточная аттестация по практическим/семинарским занятиям – зачет | | |
| Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по практическим/семинарским занятиям – 0.5 | | |
| 3. Лабораторные занятия: коэффициент значимости совокупных результатов лабораторных занятий – не предусмотрено | | |
| Текущая аттестация на лабораторных занятиях | Сроки – семестр, учебная неделя | Максимальная оценка в баллах |
| Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лабораторным занятиям – не предусмотрено | | |
| Промежуточная аттестация по лабораторным занятиям – нет | | |
| Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по лабораторным занятиям – не предусмотрено | | |
| 4. Онлайн-занятия: коэффициент значимости совокупных результатов онлайн-занятий – не предусмотрено | | |
| Текущая аттестация на онлайн-занятиях | Сроки – семестр, учебная неделя | Максимальная оценка в баллах |
| Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по онлайн-занятиям – не предусмотрено | | |
| Промежуточная аттестация по онлайн-занятиям – нет | | |

Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по онлайн-занятиям – **не предусмотрено**

3.2. Процедуры текущей и промежуточной аттестации курсовой работы/проекта

| Текущая аттестация выполнения курсовой работы/проекта | Сроки – семестр, учебная неделя | Максимальная оценка в баллах |
|---|---------------------------------|------------------------------|
| Весовой коэффициент текущей аттестации выполнения курсовой работы/проекта– не предусмотрено | | |
| Весовой коэффициент промежуточной аттестации выполнения курсовой работы/проекта– защиты – не предусмотрено | | |

3.1. Процедуры текущей и промежуточной аттестации по дисциплине

| 2. Лекции: коэффициент значимости совокупных результатов лекционных занятий – 0.5 | | |
|---|---------------------------------|------------------------------|
| Текущая аттестация на лекциях | Сроки – семестр, учебная неделя | Максимальная оценка в баллах |
| <i>домашняя работа 2</i> | 6,6 | 100 |
| Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лекциям – 0.5 | | |
| Промежуточная аттестация по лекциям – экзамен | | |
| Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по лекциям – 0.5 | | |
| 2. Практические/семинарские занятия: коэффициент значимости совокупных результатов практических/семинарских занятий – 0.5 | | |
| Текущая аттестация на практических/семинарских занятиях | Сроки – семестр, учебная неделя | Максимальная оценка в баллах |
| <i>контрольная работа 2</i> | 6,10 | 100 |
| Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по практическим/семинарским занятиям– 1 | | |
| Промежуточная аттестация по практическим/семинарским занятиям– нет | | |
| Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по практическим/семинарским занятиям– не предусмотрено | | |
| 3. Лабораторные занятия: коэффициент значимости совокупных результатов лабораторных занятий – не предусмотрено | | |
| Текущая аттестация на лабораторных занятиях | Сроки – семестр, учебная неделя | Максимальная оценка в баллах |
| | | |
| Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лабораторным занятиям – не предусмотрено | | |
| Промежуточная аттестация по лабораторным занятиям – нет | | |
| Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по лабораторным занятиям – не предусмотрено | | |
| 4. Онлайн-занятия: коэффициент значимости совокупных результатов онлайн-занятий – не предусмотрено | | |

| | | |
|---|---------------------------------|------------------------------|
| Текущая аттестация на онлайн-занятиях | Сроки – семестр, учебная неделя | Максимальная оценка в баллах |
| Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по онлайн-занятиям -не предусмотрено | | |
| Промежуточная аттестация по онлайн-занятиям –нет | | |
| Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по онлайн-занятиям – не предусмотрено | | |

3.2. Процедуры текущей и промежуточной аттестации курсовой работы/проекта

| | | |
|--|---------------------------------|------------------------------|
| Текущая аттестация выполнения курсовой работы/проекта | Сроки – семестр, учебная неделя | Максимальная оценка в баллах |
| Весовой коэффициент текущей аттестации выполнения курсовой работы/проекта– не предусмотрено | | |
| Весовой коэффициент промежуточной аттестации выполнения курсовой работы/проекта– защиты – не предусмотрено | | |

4. КРИТЕРИИ И УРОВНИ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ

4.1. В рамках БРС применяются утвержденные на кафедре/институте критерии (признаки) оценивания достижений студентов по дисциплине модуля (табл. 4) в рамках контрольно-оценочных мероприятий на соответствие указанным в табл.1 результатам обучения (индикаторам).

Таблица 4

Критерии оценивания учебных достижений обучающихся

| Результаты обучения | Критерии оценивания учебных достижений, обучающихся на соответствие результатам обучения/индикаторам |
|---------------------|--|
| Знания | Студент демонстрирует знания и понимание в области изучения на уровне указанных индикаторов и необходимые для продолжения обучения и/или выполнения трудовых функций и действий, связанных с профессиональной деятельностью. |
| Умения | Студент может применять свои знания и понимание в контекстах, представленных в оценочных заданиях, демонстрирует освоение умений на уровне указанных индикаторов и необходимых для продолжения обучения и/или выполнения трудовых функций и действий, связанных с профессиональной деятельностью. |
| Опыт /владение | Студент демонстрирует опыт в области изучения на уровне указанных индикаторов. |
| Другие результаты | Студент демонстрирует ответственность в освоении результатов обучения на уровне запланированных индикаторов. Студент способен выносить суждения, делать оценки и формулировать выводы в области изучения. Студент может сообщать преподавателю и коллегам своего уровня собственное понимание и умения в области изучения. |

4.2 Для оценивания уровня выполнения критериев (уровня достижений обучающихся при проведении контрольно-оценочных мероприятий по дисциплине модуля) используется универсальная шкала (табл. 5).

Таблица 5

Шкала оценивания достижения результатов обучения (индикаторов) по уровням

| Характеристика уровней достижения результатов обучения (индикаторов) | | | | |
|---|--|---|------------|---|
| № п/п | Содержание уровня выполнения критерия оценивания результатов обучения (выполненное оценочное задание) | Шкала оценивания | | |
| | | Традиционная характеристика уровня | | Качественная характеристика уровня |
| 1. | Результаты обучения (индикаторы) достигнуты в полном объеме, замечаний нет | Отлично (80-100 баллов) | Зачтено | Высокий (В) |
| 2. | Результаты обучения (индикаторы) в целом достигнуты, имеются замечания, которые не требуют обязательного устранения | Хорошо (60-79 баллов) | | Средний (С) |
| 3. | Результаты обучения (индикаторы) достигнуты не в полной мере, есть замечания | Удовлетворительно (40-59 баллов) | | Пороговый (П) |
| 4. | Освоение результатов обучения не соответствует индикаторам, имеются существенные ошибки и замечания, требуется доработка | Неудовлетворительно (менее 40 баллов) | Не зачтено | Недостаточный (Н) |
| 5. | Результат обучения не достигнут, задание не выполнено | Недостаточно свидетельств для оценивания | | Нет результата |

5. СОДЕРЖАНИЕ КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ

5.1. Описание аудиторных контрольно-оценочных мероприятий по дисциплине модуля

5.1.1. Лекции

Самостоятельное изучение теоретического материала по темам/разделам лекций в соответствии с содержанием дисциплины (п. 1.2. РПД)

5.1.2. Практические/семинарские занятия

Примерный перечень тем

1. Основные концепции маркетинга
2. Факторы внешней макросреды издательства

Примерные задания

Для следующих терминов:

- 1) маркетинг;
- 2) концепция маркетинга;
- 3) окружающая среда маркетинга;
- 4) объекты управления службой маркетинга;
- 5) стратегия маркетинга;
- 6) тактика маркетинга;
- 7) структура маркетинга —

выберите правильное определение из перечня:

- 1) окружение, в котором предприятие осуществляет маркетинговую и иную хозяйственную деятельность;
- 2) концепция, ориентированная на потребителей и прибыль, интегрированная целевая философия хозяйственной деятельности предприятия;
- 3) комплексная система организации производства и сбыта предприятия, ориентированная на максимально возможное удовлетворение потребностей конкретных покупателей и получение высокой прибыли;
- 4) выбор целей, рынков, организация и руководство планом маркетинга;
- 5) конкретные действия для эффективной реализации маркетинговой стратегии;
- 6) конкретное сочетание элементов маркетинга для достижения поставленных задач и удовлетворения спроса рынка;
- 7) генеральная программа, в которой четко сформулированы цели, методы их достижения и намечены необходимые для этого ресурсы.

LMS-платформа – не предусмотрена

5.2. Описание внеаудиторных контрольно-оценочных мероприятий и средств текущего контроля по дисциплине модуля

Разноуровневое (дифференцированное) обучение.

Базовый

5.2.1. Контрольная работа № 1

Примерный перечень тем

1. Маркетинговые исследования: понятие, цели, объекты
2. Дизайн, маркировка, гарантии как инструменты маркетинга

Примерные задания

Тестовые задания

1. Концепция жизненного цикла бренда позволяет определить:
 - А) объем продаж данного бренда в долгосрочном периоде;
 - Б) маркетинговые действия компании, необходимые для продления срока жизни бренда на рынке;
 - В) срок жизни бренда на рынке.

2. Основной признак, позволяющий выделить бренд из огромного числа существующих торговых марок:
 - А) покупка не вызывает чувства сожаления о потраченных денежных средствах;

- Б) присутствие торгового предложения, повышающего статус покупателя в собственных глазах и глазах окружающих;
- В) более высокая цена по сравнению с прочими торговыми марками той же категории.

LMS-платформа – не предусмотрена

5.2.2. Контрольная работа № 2

Примерный перечень тем

1. Маркетинговые коммуникации: связи с общественностью
2. Товарная политика: жизненный цикл книги-товара

Примерные задания

Тестовые задания

1. Вам предложено организовать службу маркетинга на крупном предприятии, которое производит широкий ассортимент продукции. Покупатели расположены в различных городах России. Определите тип структуры маркетинговой службы:

- А) функциональная
- Б) продуктовая;
- В) рыночная;
- Г) географическая;
- Д) товарно-функциональная;
- Е) товарно-географическая;
- Ж) рыночно-географическая.

2. Типы активов (капитала) из нижеперечисленных, который имеет в современной экономике развитых стран наименьшее значение для успешного развития компании:

- А) финансовый капитал;
- Б) интеллектуальный капитал;
- В) капитал отношений с клиентами.

LMS-платформа – не предусмотрена

5.2.3. Домашняя работа № 1

Примерный перечень тем

1. План маркетинга: понятие, структура
2. Специфика книжного маркетинга
3. Сбытовая политика на книжном рынке: особенности оптовых продаж
4. Сбытовая политика на книжном рынке: особенности розничных продаж

Примерные задания

Слабость модели бизнеса «рог изобилия» заключается в том, что она:

- А) отдает предпочтение созданию модификаций товара, а не ускорению внедрения принципиально новых продуктов;
- Б) ведет к снижению оборачиваемости капитала из-за неликвидности многих вариаций товара;
- В) затрудняет работу компании в области мерчандайзинга.

LMS-платформа – не предусмотрена

5.2.4. Домашняя работа № 2

Примерный перечень тем

1. Прогнозирование рыночных тенденций: методы, особенности
2. Факторы покупательского поведения

Примерные задания

Тестовые задания

Важнейшая идея дифференциации будущего бренда:

- A). уникальное торговое предложение (УТП);
- Б). функциональное превосходство над конкурентами;
- В). эмоциональное превосходство над конкурентами.

LMS-платформа – не предусмотрена

5.3. Описание контрольно-оценочных мероприятий промежуточного контроля по дисциплине модуля

5.3.1. Зачет

Список примерных вопросов

1. Сегментирование рынка: понятие, признаки, особенности
2. Стратегии охвата рынка
3. Позиционирование товара
4. Факторы покупательского поведения
5. Товарная политика: жизненный цикл книги-товара
6. Конкурентоспособность по цене, по качеству, по потребительской ценности

LMS-платформа – не предусмотрена

5.3.2. Экзамен

Список примерных вопросов

1. Этапы и факторы разработки эффективных маркетинговых коммуникаций
2. Система товародвижения: понятие, каналы распределения
3. Система товародвижения: методы распределения
4. Маркетинговые коммуникации: реклама
5. План маркетинга: понятие, структура
6. Стратегии охвата книжного рынка

LMS-платформа – не предусмотрена

5.4 Содержание контрольно-оценочных мероприятий по направлениям воспитательной деятельности

| Направление воспитательной деятельности | Вид воспитательной деятельности | Технология воспитательной деятельности | Компетенция | Результаты обучения | Контрольно-оценочные мероприятия |
|---|---------------------------------|--|-------------|---------------------|----------------------------------|
| Профессиональное воспитание | учебно-исследовательская | Технология повышения | ПК-4 | 3-2 | Домашняя работа № 1 |

| | | | | | |
|--|------------------------------|--------------------------------|--|--|---|
| | ая, научно-исследовательская | коммуникативной компетентности | | | Домашняя работа № 2 Контрольная работа № 1 Контрольная работа № 2 |
|--|------------------------------|--------------------------------|--|--|---|