

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**
Организация promotion кампании

Код модуля
1158802(1)

Модуль
Организация деятельности предприятий сервиса в
сфере креативных индустрий

Екатеринбург

Оценочные материалы составлены автором(ами):

№ п/п	Фамилия, имя, отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Булатова Анастасия Васильевна	кандидат философских наук, без ученого звания	Доцент	культурологии и дизайна
2	Попов Евгений Анатольевич	кандидат культурологии, без ученого звания	Доцент	культурологии и дизайна
3	Резник Ирина Борисовна	кандидат искусствоведения, без ученого звания	Доцент	культурологии и дизайна

Согласовано:

Управление образовательных программ

Е.С. Комарова

Авторы:

1. СТРУКТУРА И ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ Организация promotion кампании

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

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ (ИНДИКАТОРЫ) ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ Организация promotion кампании

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
ПК-1 -Способен применять технологические новации и современное программное обеспечение в сфере сервиса (Сервис)	Д-2 - Демонстрировать желание и способность к поиску новых знаний и обучению З-3 - Основные технические новации и необходимое программное обеспечение для осуществления профессиональной деятельности по продвижению в сети Internet П-5 - Владеть опытом продвижения в социальных сетях как части маркетинговой стратегии компании, проекта сервисной деятельности владеть методиками позволяющими разрабатывать и размещать эффективный контент	Домашняя работа Зачет Контрольная работа Лекции Практические/семинарские занятия Проектный продукт

	У-3 - Выбирать и применять различные технологии интернет маркетинга для продвижения предприятия, проекта в сервисной деятельности	
ПК-4 -Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение сервисных продуктов (Сервис)	<p>Д-1 - Готовность к порождению принципиально новых необычных идей, решений, отклоняющихся от традиционных или принятых схем</p> <p>З-1 - Методы маркетинговых исследований используемых в сервисной деятельности</p> <p>З-2 - Основные принципы осуществления маркетинговой деятельности предприятия в сфере сервиса</p> <p>З-3 - Подходы к формированию товарной, ценовой политики, особенности распределения и продвижения продукта на потребительском рынке</p> <p>З-4 - Понятие комплекса маркетинговых коммуникаций и отдельных его составляющих</p> <p>П-1 - Разрабатывать стратегии продажи и продвижения сервисных продуктов</p> <p>П-2 - Предлагать концепции и готовые решения планируемых продуктов маркетинга для предприятий сервиса</p> <p>У-2 - Выбирать методы маркетинговых исследований для решения проблем предприятия сервиса</p> <p>У-3 - Анализировать информацию, полученную в ходе маркетинговых исследований и предлагать стратегии маркетинговой деятельности предприятия сервиса</p> <p>У-4 - Предлагать варианты решений, в том числе и креативных для маркетинговой деятельности предприятия сервиса</p> <p>У-5 - Оценивать маркетинговую политику предприятия сервиса</p>	<p>Домашняя работа</p> <p>Зачет</p> <p>Контрольная работа</p> <p>Лекции</p> <p>Практические/семинарские занятия</p> <p>Проектный продукт</p>

<p>ПК-10 -Способен к планированию и реализации коммуникационной деятельности предприятия сервиса (Сервис)</p>	<p>Д-1 - Проявлять аналитические умения, критическое и логическое мышление Д-2 - Демонстрировать желание и способность к поиску новых знаний и обучению Д-3 - Готовность к порождению принципиально новых необычных идей, решений отклоняющихся от традиционных или принятых схем З-1 - Особенности и основные принципы функционирования интегрированных маркетинговых коммуникаций в сфере сервиса З-2 - Виды коммуникативных продуктов, требования к их формированию и оценке эффективности П-1 - Осуществлять планирование коммуникационной деятельностью предприятия в сфере сервиса П-2 - Разрабатывать коммуникативные продукты, используя современные технологии и методики П-3 - Анализировать коммуникативную деятельность предприятия сервиса, используя соответствующие проблеме методики У-2 - Выбирать методы, методики оценки коммуникативной деятельности предприятия У-3 - Выбирать средства, методы и методики для решения проблем в сфере коммуникативной деятельности предприятия сервиса У-4 - Предлагать способы решения в том числе и нестандартные для решения проблем в коммуникативной деятельности предприятия сервиса</p>	<p>Домашняя работа Зачет Контрольная работа Лекции Практические/семинарские занятия Проектный продукт</p>
---	--	--

<p>ПК-13 -Способен проектировать, создавать и /или продвигать эффективный рекламный, художественный продукт, основанный на применении инновационных технологий (Сервис)</p>	<p>Д-1 - Проявлять аналитические умения, критическое и логическое мышление. Д-2 - Демонстрировать желание и способность к поиску новых знаний и обучению Д-3 - Готовность к порождению принципиально новых необычных идей, решений отклоняющихся от традиционных или принятых схем З-2 - Правовые, этические и эстетические аспекты создания рекламных, художественных объектов З-3 - Методы сбора и анализа информации, проведения исследований в процессе проектирования и создания визуального продукта З-4 - Виды продуктов и услуг в сфере дизайна и рекламы, основные этапы разработки рекламного, художественного продукта требования к их формированию и оценке эффективности З-5 - Основные критерии и формулы оценки эффективности рекламных мероприятий, продуктов П-4 - Использовать для разработки и создания, продвижения информационно-программное обеспечение У-1 - Проводить анализ эффективности рекламного, дизайнерского продукта, рекламных мероприятий и кампаний У-2 - Проводить анализ на соответствие психологическим и социокультурным, правовым законам и нормам У-4 - Выбирать методы и способы продвижения и распространения рекламного, дизайнерского продукта</p>	<p>Зачет Практические/семинарские занятия Проектный продукт</p>
---	--	---

ПК-14 -Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности (Сервис)	Д-2 - Демонстрировать желание и способность к поиску новых знаний и обучению З-3 - Назвать программное обеспечение и сервисы для осуществления профессиональной деятельности по продвижению в сети Internet У-3 - Выбирать и применять различные информационные технологии и сервисы интернет маркетинга для продвижения предприятия, проекта, продукта в сервисной деятельности	Зачет Практические/семинарские занятия Проектный продукт
---	--	--

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>проектный продукт</i>	8,12	60
<i>контрольная работа</i>	8,8	40
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лекциям – 0.5		
Промежуточная аттестация по лекциям – зачет		
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>домашняя работа</i>	8,13	30
<i>Работа на занятии</i>	8,16	70
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. Цели и методы маркетингового исследования.
2. Пакетные исследования рынка – плюсы и минусы.
3. Процессии программа сегментирования рынка.
4. Методы сегментации рынка.
5. Психографика как прикладная наука.

Примерные задания

Занятие предполагают обсуждение теоретических докладов, деловые игры, решение кейсов и ситуативных задач по теме.

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

Примерный перечень тем

1. Факторы рыночной макросреды прямого и косвенного воздействия.
2. Анализ конкурентной среды рынка. Разработка конкурентной стратегии.
3. Роль и значение нейминга в процессе подготовки и проведения промоушн-кампании.
4. Креативная концепция промоушн-кампании.
5. Оценка эффективности промоушн-кампании.

Примерные задания

Составить таблицу, описывающую факторы рыночной макросреды прямого и косвенного воздействия.

Описание двух-трех различных конкурентных стратегий компании в зависимости от ее целей.

Мозговой штурм. Разработка нейминга условной компании. В группах по 4-5 человек.

Составление креативных рекламных текстов в рамках разработки креативной концепции промоушн-кампании.

Таблица: экономический, психологический и социальный аспект эффективности промоушн-кампании.

LMS-платформа – не предусмотрена

5.2.2. Домашняя работа

Примерный перечень тем

1. Маркетинговая среда как важнейшая характеристика рынка (микро- и макроуровни).

2. Д. Рисмэн о классификации типов потребителей.
3. Р. Хейли о классификации типов потребителей.
4. Методика рыночного позиционирования.
5. Цели проведения рекламных кампаний.

Примерные задания

Составить соответствующую таблицу с описанием микро- и макроуровней маркетинговой среды.

Представить краткий конспект книги Д. Рисмэна «Одинокая толпа».

Представить конспект статьи Р. Хейли «Сегментация по выгодам».

Описать методику рыночного позиционирования В. Е. Хруцкого. Выделить достоинства и недостатки этой методики.

Составить таблицу-классификацию рекламных кампаний в зависимости от целей их проведения.

LMS-платформа – не предусмотрена

5.2.3. Проектный продукт

Примерный перечень тем

1. Креативная концепция промоушн-кампании.

Примерные задания

Разработать креативную концепцию промоушн-кампании. Представить ее в виде презентации (12-15 слайдов) и развернутого письменного текста (12-15 страниц).

LMS-платформа – не предусмотрена

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

5.3.1. Зачет

Список примерных вопросов

1. Промо как инструмент маркетинговых коммуникаций.
2. Понятие и виды промоушн-кампаний.
3. Ивент-маркетинг в организации и проведении промоушн-кампании.
4. Директ-маркетинг в организации и проведении промоушн-кампании.
5. Разработка эффективного рекламного сообщения.
6. Создание эффективного рекламного текста.
7. Спонсорская деятельность как инструмент промо.
8. Выставочная деятельность в рамках промо-кампании.
9. Методы формирования бюджета промо-кампаний.
10. Понятие брендинга.

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	целенаправленная работа с информацией для использования в практических целях	Технология формирования уверенности и готовности к самостоятельной успешной профессиональной деятельности	ПК-4	3-1	Практические/семинарские занятия