

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**
Кадровый ресурс

Код модуля
1146458(1)

Модуль
Ресурсная база социально-культурной
деятельности

Екатеринбург

Оценочные материалы составлены автором(ами):

№ п/п	Фамилия, имя, отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Шурыгина Наталья Анатольевна	без ученой степени, без ученого звания	Старший преподаватель	управления персоналом и психологии

Согласовано:

Управление образовательных программ

Л.А. Щенникова

Авторы:

- Шурыгина Наталья Анатольевна, Старший преподаватель, управление персоналом и психологии

1. СТРУКТУРА И ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ Кадровый ресурс

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

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ (ИНДИКАТОРЫ) ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ Кадровый ресурс

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
УК-2 -Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	Д-1 - Проявлять аналитические умения, способность решать задачи в нестандартных ситуациях З-3 - Сделать обзор действующих правовых норм и ограничений, оказывающих регулирующее воздействие на профессиональную деятельность П-2 - Предлагать способы решения поставленных задач, прогнозировать результаты профессиональной деятельности с учетом действующих правовых норм,	Дискуссия Домашняя работа Зачет Лекции Научный доклад/доклад Практические/семинарские занятия

	имеющихся ресурсов и ограничений У-2 - Выбирать оптимальные способы решения профессиональных задач с учетом действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	
ПК-11 -Способен соблюдать требования профессиональных стандартов и нормы профессиональной этики (Социально-культурная деятельность)	З-1 - Знать стандарты и нормы профессиональной этики менеджера культуры и СКД	Дискуссия Домашняя работа Зачет Лекции Научный доклад/доклад Практические/семинарские занятия

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>дискуссия</i>	8,8	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>доклад</i>	8,10	50
<i>домашняя работа</i>	8,16	50
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		

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. Кадровый ресурс социально-культурной деятельности.

Примерные задания

Беседа на тему семинара по следующим пунктам:

1. Творческий ресурс СКД

2. Источники пополнения кадрового и творческого ресурса социально-культурной деятельности.

3. Система подбора, подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадров социально-культурной сферы.

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. Домашняя работа

Примерный перечень тем

1. 1. Социально-психологические аспекты рекламы. 2. Когнитивные аспекты рекламного воздействия. 3. Планирование и организация рекламной деятельности на предприятии: цели, задачи, этапы. 4. Понятие паблик рилейшенз. Сущность паблик рилейшенз. Между народный опыт развития и регулирования деятельности в сфере паблик ри- лейшенз. 5. Задачи, принципы и функции паблик рилейшенз 6. Модель паблик рилейшенз. 7. Основные направления паблик рилейшенз в деятельности предприятия. 8. Служба паблик рилейшенз на предприятии . 9. Понятие прямого маркетинга и личной продажи, виды, факторы. 10. Формы и методы прямого маркетинга, основные показатели, характеризующие эффективность применения прямого маркетинга.

Примерные задания

Структура работы может быть произвольной, однако в ней должны присутствовать как теоретическое обоснование проблемы, так и собственное рассуждение, отношение к выбранной проблематике. У работы должен быть правильно оформленный титульный лист, в тексте приветствуются сноски на научную литературу. Структура может быть следующей: введение, содержательная часть, заключение, список литературы.

Рекомендуемый объем работы 7-10 страниц.

Оценивается самостоятельность и оригинальность; демонстрация культуры мышления, логическое изложение проблемы; Использование навыков обобщения и анализа информации с использованием междисциплинарных знаний и положений; Правильное

применение ссылок на научную и учебную литературу; Определение цели работы, выбор оптимального пути ее достижения; формулировка выводов.

LMS-платформа – не предусмотрена

5.2.2. Научный доклад/доклад

Примерный перечень тем

1. Инструменты маркетинговых коммуникаций

Примерные задания

Обзор мирового и российского рынка рекламы. Общая схема рынка размещения рекламы: система взаимоотношений между игроками. Реклама: определение, типы, роли, функции. Игроки на рекламном рынке: Рекламодатель. Рекламные агентства. Медиа-хаузы. СМИ. Свободные торговцы идеями. Исследовательские организации. Основные модели рекламы. Государственное регулирование рекламной деятельности в РФ. Рекламная этика. Стратегия и тактика рекламных коммуникаций. Стратегии рационалистического типа: родовая стратегия, стратегия преимущества, стратегия уникального торгового предложения (УТП), стратегия позиционирования. Проекционные стратегии: имидж бренда, резонанс, аффективная стратегия. Тактические приемы реализации рекламных стратегий коммуникации. Составляющие креативной рекламной стратегии. Специфика визуальных образов и вербальных компонентов в аудиальной, визуальной и печатной рекламе. Разработка творческих идей: копирайтинг, креатив в рекламе. Принципы составления креативных заданий (брифов) для разработки рекламного продукта.

LMS-платформа – не предусмотрена

5.2.3. Дискуссия

Примерный перечень тем

1. Инструментарий маркетинговых коммуникаций

Примерные задания

Маркетинговые коммуникации: принципы, основные элементы, инструментарий.

Определения маркетинговых коммуникаций. Основные инструменты маркетинговых коммуникаций. Процесс коммуникации и его основные элементы. Эволюция концепций маркетинговых коммуникаций. Мировая дискуссия по проблеме интегрированности маркетинговых коммуникаций. Современная концепция интегрированных маркетинговых коммуникаций (ИМК). Принципы разработки эффективных коммуникаций: определение целевой аудитории, выбор коммуникационного канала, разработка сообщения, бюджетирование, формирование коммуникационной программы, мониторинг и оценка.

LMS-платформа – не предусмотрена

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

5.3.1. Зачет

Список примерных вопросов

1. 1. Комплекс маркетинговых коммуникаций и его место в комплексе маркетинга. 2. Система маркетинговых коммуникаций. 3. Процесс коммуникаций через каналы личной и неличной коммуникации. 4. Организация отдела маркетинговых коммуникаций. 5. Реклама - понятие, сущность, цели, классификация. 6. Место и роль рекламы в структуре комплекса маркетинга. 7. Функции, задачи, требования к рекламе 8. Основные направления рекламной деятельности предприятия. 9. Средства рекламы и особенности их выбора 10. Рекламный процесс и его участники. Функции субъектов рекламного процесса. 11. Социально-психологические аспекты рекламы. 12. Когнитивные аспекты рекламного воздействия. 13. Модели рекламного сообщения. 14. Этика рекламы. 15. Копирайтинг. 16. Нейминг. 17. Позиционирование рекламного ролика. 18. Структурирование рекламного пространства. 19. Скрытая реклама. 20. Правовые основы рекламной деятельности. 21. Планирование рекламной деятельности на предприятии: цели, задачи, этапы. 22. Разработка рекламного бюджета. 23. Организация рекламных кампаний. 24. Аудит и мониторинг рекламы. 25. Социально-психологическая эффективность рекламной деятельности. 26. «Паблик рилейшенз» (PR) — понятие, классификация, состояние российского рынка. Модель PR. 27. Задачи, принципы и функции PR. 28. Основные направления PR-деятельности предприятия. 29. Средства PR и особенности их выбора. 30. Требования к PR. Социально-психологические аспекты PR. Этика PR. Модель PR. Управление разработкой нового товара. 31. Социально-психологические аспекты PR. 32. Контроль и оценка эффективности PR. 33. Факторы формирования общественного мнения. 34. Служба PR на предприятии. 35. Формирования имиджа предприятия. 36. Товарный знак. 37. Инструментарий PR. 38. Приемы PR в кризисных ситуациях. 39. Понятие прямого маркетинга и личной продажи, виды, факторы. 40. Понятие личной продажи, виды, факторы. 41. Формы и методы прямого маркетинга. 42. Формы и методы личной продажи. 43. Торговый агент: виды торговых агентов и их функции. 44. Этапы личной продажи и их характеристика. 45. Законы, логика и правила личной продажи. 46. Понятие стимулирования сбыта и его особенности. 47. Основные направления стимулирования сбыта. 48. Средства стимулирования сбыта и особенности их выбора. 49. Стимулирование сбыта на различных этапах жизненного цикла товара. 50. Мерчендайзинг: понятие, виды, рентабельность. 51. Событийный маркетинг: понятие, виды, рентабельность. 52. Контроль и оценка эффективности стимулирования сбыта. 53. Кадровый ресурс социально-культурной деятельности. 54. Характеристика профессиональной деятельности руководителей, специалистов и рабочего персонала учреждения культуры. 55. Сущность творческого ресурса социально-культурной деятельности. 56. Источники пополнения кадрового и творческого ресурса социально-культурной деятельности. 57. Система подбора, подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадров социально-культурной сферы.

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
---	---------------------------------	--	-------------	---------------------	----------------------------------

Профессиональн ое воспитание	учебно- исследовательск ая, научно- исследовательск ая	Технология позиционного образования	ПК-11	З-1	Практические/сем инарские занятия
---------------------------------	--	---	-------	-----	--------------------------------------