

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ  
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Организация работы рекламного агентства и отдела рекламы и PR

**Код модуля**  
1164277(1)

**Модуль**  
Организация работы рекламного агентства и  
отдела рекламы и PR

**Екатеринбург**

Оценочные материалы составлены автором(ами):

<b>№ п/п</b>	<b>Фамилия, имя, отчество</b>	<b>Ученая степень, ученое звание</b>	<b>Должность</b>	<b>Подразделение</b>
1	Голубкова Екатерина Александровна	кандидат социологических наук, без ученого звания	Доцент	интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга

**Согласовано:**

Управление образовательных программ

И.Ю. Русакова

**Авторы:**

- Голубкова Екатерина Александровна, Доцент, интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга

**1. СТРУКТУРА И ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ Организация работы рекламного агентства и отдела рекламы и PR**

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

**2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ (ИНДИКАТОРЫ) ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ Организация работы рекламного агентства и отдела рекламы и PR**

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

<b>Код и наименование компетенции</b>	<b>Планируемые результаты обучения (индикаторы)</b>	<b>Контрольно-оценочные средства для оценивания достижения результата обучения по дисциплине</b>
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
ПК-1 -Способен участвовать в планировании, подготовке и реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий с подготовкой основных документов по сопровождению проекта	З-10 - Знать специфику профессиональной деятельности всех участников проекта (от сценариста до бухгалтера) З-13 - Знать корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность П-17 - Организация творческого и производственного процессов, рациональная расстановка кадров П-18 - Представление проектов управленческих решений по	Домашняя работа № 1 Домашняя работа № 2 Зачет Контрольная работа Лекции Практические/семинарские занятия Экзамен

	<p>продвижению продукции СМИ руководству организации П-19 - Координация работы по созданию и редактированию контента У-11 - Уметь объединять и направлять творческо-производственную деятельность сотрудников в целом У-12 - Уметь составлять планы работы, оценивать их содержание и трудоемкость выполнения в зависимости от квалификации У-13 - Уметь оперативно реагировать на изменяющуюся ситуацию в интересах Организации</p>	
--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

### 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

<b>1. Лекции: коэффициент значимости совокупных результатов лекционных занятий – 0.5</b>		
<b>Текущая аттестация на лекциях</b>	<b>Сроки – семестр, учебная неделя</b>	<b>Максимальная оценка в баллах</b>
<i>контрольная работа</i>	17	100
<b>Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лекциям – 0.6</b>		
<b>Промежуточная аттестация по лекциям – зачет</b>		
<b>Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по лекциям – 0.4</b>		
<b>2. Практические/семинарские занятия: коэффициент значимости совокупных результатов практических/семинарских занятий – 0.5</b>		
<b>Текущая аттестация на практических/семинарских занятиях</b>	<b>Сроки – семестр, учебная неделя</b>	<b>Максимальная оценка в баллах</b>
<i>домашняя работа 1</i>	17	50
<i>домашняя работа 2</i>	17	50
<b>Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по практическим/семинарским занятиям – 1</b>		
<b>Промежуточная аттестация по практическим/семинарским занятиям – нет</b>		

<b>Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по практическим/семинарским занятиям – не предусмотрено</b>		
<b>3. Лабораторные занятия: коэффициент значимости совокупных результатов лабораторных занятий – не предусмотрено</b>		
Текущая аттестация на лабораторных занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
<b>Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лабораторным занятиям - не предусмотрено</b>		
<b>Промежуточная аттестация по лабораторным занятиям – нет</b>		
<b>Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по лабораторным занятиям – не предусмотрено</b>		
<b>4. Онлайн-занятия: коэффициент значимости совокупных результатов онлайн-занятий – не предусмотрено</b>		
Текущая аттестация на онлайн-занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
<b>Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по онлайн-занятиям - не предусмотрено</b>		
<b>Промежуточная аттестация по онлайн-занятиям – нет</b>		
<b>Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по онлайн-занятиям – не предусмотрено</b>		

### 3.2. Процедуры текущей и промежуточной аттестации курсовой работы/проекта

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

## 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

<b>Результаты обучения</b>	<b>Критерии оценивания учебных достижений, обучающихся на соответствие результатам обучения/индикаторам</b>
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. Практически/семинарские занятия**

Примерный перечень тем

1. Определение рекламы и PR
2. Правовое регулирование рекламы и PR
3. Субъекты (участники) и объекты рекламного рынка и PR-рынка
4. Профессиональные качества и профессиональные компетенции менеджера по рекламе и СО

5. Организация работы отдела по рекламе и СО

6. Рекламное агентство и агентство по связям с общественностью как субъект рынка
7. Рекламные и PR-кампании и принципы ее организации
8. Современные тенденции развития рынка рекламы и PR

Примерные задания

1. Проанализировать структуру рекламного рынка Екатеринбурга: лидеры рынка, участники рекламного рынка, структура агентства, услуги, заказчики, награды, портфолио.
2. Составление плана работы отдела рекламы и PR на основе коммуникационных целей компании.

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. Структура рекламного рынка и PR-рынка и его участники – клиенты, рекламные агентства и PR-агентства, средства рекламы и PR, исследовательские структуры, целевая аудитория
2. Профессиональные качества и профессиональные компетенции менеджера по рекламе и СО
3. Основные особенности профессии «Менеджер по рекламе и СО»
4. Личные качества и квалификационные требования
5. Должностная инструкция как основной регламентирующий документ деятельности менеджера по рекламе и СО

Примерные задания

- Разработать оптимальную организационную структуру отдела маркетинга, рекламы и СО для малого и среднего предприятия; обосновать количество и функции сотрудников отдела.

- Разработать должностные инструкции сотрудников отдела рекламы и связей с общественностью для малого предприятия.

- Сформулировать цель и задачи подразделения на год, а также подробный план достижения намеченной цели.

LMS-платформа – не предусмотрена

### **5.2.2. Домашняя работа № 1**

Примерный перечень тем

1. Основы организации отдела по рекламе и связям с общественностью

2. Требования к численному составу и квалификации

3. Управление отделом по рекламе и связям с общественностью

4. Основной документооборот

5. Рекламное агентство и агентство по связям с общественностью как субъект рынка.

Основные функции работы рекламного агентства и агентства по связям с общественностью

Примерные задания

- Функции отдела маркетинга, рекламы и СО.

- Анализ положения об отделе по рекламе и СО.

- Анализ должностной инструкции начальника отдела рекламы и СО.

- Разработка должностной инструкции для одного из специалистов отдела по рекламе и СО.

LMS-платформа – не предусмотрена

### **5.2.3. Домашняя работа № 2**

Примерный перечень тем

1. Рекламное агентство и агентство по СО как субъект рынка

2. Виды рекламных агентств и ПР-агентств (по географии деятельности и по отрасли)

3. Организация рекламного агентства и агентства по СО

4. Основные специальности в рекламном агентстве и в агентстве по СО

5. Организация поиска клиентов рекламном агентстве и в агентстве по СО, тендеры и конкурсы

Примерные задания

- Этапы создания отдела по рекламе и СО.

- Этапы реструктуризации отдела по рекламе и СО.

- Планирование работы отдела по рекламе и СО на год. Презентация разработанного плана.

- Подготовка отчета о разработке организационной структуры отдела рекламы и СО и его презентация

LMS-платформа – не предусмотрена

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

### 5.3.1. Зачет

Список примерных вопросов

1. Определение рекламы и PR
  2. Суть и назначение рекламы и PR
  3. Реклама и PR в системе рынка рекламы и PR-рынка
  4. Роль рекламы и PR в обществе
  5. Назначение рекламы и PR. Виды рекламы и PR
  6. Экономическая и социальная роли рекламы и PR в обществе
  7. Правовое регулирование рекламы и PR
  8. Законодательные акты, регулирующие рекламный процесс и PR-процесс
  9. Государственное и правовое регулирование рекламы и связей с общественностью
  10. Саморегулирование в индустрии рекламы и связей с общественностью в России и за рубежом
  11. Проблемы саморегулирования в рекламной сфере и в PR-сфере
  12. Субъекты (участники) и объекты рекламного рынка и PR-рынка
  13. Структура рекламного рынка и PR-рынка и его участники – клиенты, рекламные агентства и PR-агентства, средства рекламы и PR, исследовательские структуры, целевая аудитория
  14. Профессиональные качества и профессиональные компетенции менеджера по рекламе и СО
  15. Основные особенности профессии «Менеджер по рекламе и СО»
  16. Личные качества и квалификационные требования
  17. Профессиональные компетенции
  18. Порядок найма и увольнения менеджера по рекламе и СО
  19. Система оценки деятельности менеджера по рекламе и СО
  20. Должностная инструкция как основной регламентирующий документ деятельности менеджера по рекламе и СО
  21. Система аттестации и повышения квалификации менеджера по рекламе и СО
- LMS-платформа – не предусмотрена

### 5.3.2. Экзамен

Список примерных вопросов

1. Основные технологии и принципы формирования рекламного бюджета и PR-бюджета
2. Основы организации отдела по рекламе и связям с общественностью
3. Требования к численному составу и квалификации
4. Управление отделом по рекламе и связям с общественностью
5. Рекламная стратегия и PR-стратегия, влияние организационно-правовой формы предприятия на информационную политику предприятия
6. Основной документооборот
7. Рекламный бюджет и PR-бюджет и основные технологии и принципы его формирования
8. Рекламное агентство и агентство по связям с общественностью как субъект рынка. Основные функции работы рекламного агентства и агентства по связям с общественностью
9. Рекламное агентство и агентство по СО как субъект рынка

10. Причины сотрудничества клиентов с агентствами по рекламе и СО
  11. Виды рекламных агентств и ПР-агентств (по географии деятельности и по отрасли)
  12. Организация рекламного агентства и агентства по СО
  13. Взаимоотношения клиента и агентства
  14. Понятие брифа, основные типы брифов и особенности их подготовки
  15. Основные специальности в рекламном агентстве и в агентстве по СО
  16. Организация системы работы с клиентами, порядок прохождения заказа
  17. Организация поиска клиентов рекламном агентстве и в агентстве по СО, тендеры и конкурсы
  18. Рекламные и ПР-кампании и принципы ее организации
  19. Основные этапы рекламной и ПР-кампании
  20. Организация проведения рекламной и ПР-кампании
  21. Основные мероприятия до, вовремя и после кампании
  22. Основные типы исследований для организации эффективной кампании
  23. Виды исследовательских структур (рейтинговых агентств).
  24. Оценка эффективности проведения рекламной и ПР-кампании
  25. Индустриальные подходы к эффективности рекламы и связей с общественностью
  26. Современные тенденции развития рынка рекламы и ПР
  27. Глобализация как фактор влияния на рынок рекламы и ПР-услуг
  28. Интернет и его влияние на рынок рекламы и ПР-услуг
- 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	проектная деятельность целенаправленная работа с информацией для использования в практических целях	Технология повышения коммуникативной компетентности Технология самостоятельной работы	ПК-1	У-11	Домашняя работа № 1 Домашняя работа № 2 Зачет Контрольная работа Лекции Практические/семинарские занятия Экзамен