

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ  
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Планирование и реализация кампаний по рекламе и связям с  
общественностью

**Код модуля**  
1142672(2)

**Модуль**  
Управление интегрированными маркетинговыми  
коммуникациями

**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	Савчук Галина Анатольевна	кандидат социологических наук, доцент	Заведующий кафедрой	интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга

**Согласовано:**

Управление образовательных программ

И.Ю. Русакова

**Авторы:**

- Савчук Галина Анатольевна, Заведующий кафедрой, интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга

### 1. СТРУКТУРА И ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ **Планирование и реализация кампаний по рекламе и связям с общественностью**

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

### 2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ (ИНДИКАТОРЫ) ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ **Планирование и реализация кампаний по рекламе и связям с общественностью**

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 управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	Д-1 - Проявлять способность к поиску новой информации, умение принимать решения в нестандартных ситуациях Д-2 - Демонстрировать способность убеждать, аргументировать свою позицию З-1 - Демонстрировать понимание процессов управления проектом, планирования ресурсов, критерии оценки рисков и результатов проектной деятельности З-2 - Формулировать основные принципы формирования концепции проекта в сфере	Зачет Контрольная работа Лекции Практические/семинарские занятия

	<p>профессиональной деятельности</p> <p>П-1 - Составлять план проекта и график реализации, разрабатывать мероприятия по контролю его выполнения и оценки результатов проекта</p> <p>П-2 - Выбирать оптимальные способы решения конкретных задач проекта на каждом этапе его реализации на основе анализа и оценки рисков и их последствий с учетом ресурсов и ограничений</p> <p>У-1 - Формулировать актуальность, цели, задачи, обосновывать значимость проекта, выбирать стратегию для разработки концепции проекта в рамках обозначенной проблемы</p> <p>У-2 - Прогнозировать ожидаемые результаты и возможные сферы их применения в зависимости от типа проекта</p> <p>У-3 - Анализировать и оценивать риски и результаты проекта на каждом этапе его реализации и корректировать проект в соответствии с критериями, ресурсами и ограничениями</p>	
<p>УК-1 -Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий, в том числе в цифровой среде</p>	<p>Д-1 - Демонстрировать аналитические способности и критическое мышление</p> <p>З-1 - Демонстрировать понимание основных методов системного подхода и критического анализа проблемных ситуаций</p> <p>З-2 - Определять этапы разработки стратегии действий, в том числе в цифровой среде, и методы решения проблемных ситуаций</p> <p>П-1 - Использовать эффективные стратегии действий для решения проблемной ситуации, в том числе в цифровой среде, с</p>	<p>Зачет</p> <p>Контрольная работа</p> <p>Лекции</p> <p>Практические/семинарские занятия</p>

	<p>учетом оценки ограничений, рисков и моделируемых результатов</p> <p>П-2 - Использовать методы критического анализа и системного подхода в разработке стратегии действий для решения проблемных ситуаций, в том числе в цифровой среде</p> <p>У-1 - Выявлять проблемные ситуации, используя методы системного подхода и критического анализа</p> <p>У-2 - Обосновывать выбор стратегии для достижения поставленной цели, в том числе в цифровой среде, с учетом ограничений, рисков и моделируемых результатов</p> <p>У-3 - Анализировать проблемную ситуацию, выявлять и определять способы ее разрешения</p>	
<p>ПК-1 -Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; отслеживать и учитывать изменение норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем (PR и реклама в интернет-маркетинге; PR и реклама в интернет-маркетинге; PR и реклама в интернет-маркетинге)</p>	<p>З-1 - Знать инструменты маркетинговых коммуникаций</p> <p>З-2 - Понимать организацию рекламного дела</p> <p>П-1 - Разработка и проведение коммуникационных кампаний в организации</p> <p>П-2 - Формирование каналов коммуникации с потребителями товаров и услуг организации</p> <p>П-3 - Разработка технических заданий и предложений по формированию фирменного стиля и рекламной продукции организации</p> <p>П-4 - Формирование имиджа и деловой репутации организации</p> <p>П-5 - Организация и проведение мероприятий по связям с общественностью для формирования маркетинговых коммуникаций организации</p> <p>П-6 - Разработка и проведение рекламных акций по стимулированию продаж</p> <p>П-7 - Работа с инструментами прямого маркетинга</p>	<p>Домашняя работа № 1</p> <p>Зачет</p> <p>Лекции</p> <p>Практические/семинарские занятия</p>

	<p>У-1 - Проводить внутренние и внешние коммуникационные кампании</p> <p>У-2 - Формировать имидж и деловую репутацию организации</p> <p>У-3 - Продвигать товары (услуги) организации на рынок</p>	
<p>ПК-9 -Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность любого характера и уровня сложности с учетом специфики профессиональной сферы (PR и реклама в интернет-маркетинге; PR и реклама в интернет-маркетинге; PR и реклама в интернет-маркетинге)</p>	<p>З-1 - Понимать состав процесса стратегического и оперативного планирования</p> <p>П-1 - Подготовка рекомендаций по совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций для принятия управленческих решений</p> <p>У-1 - Проводить анализ результативности коммуникационной политики</p> <p>У-2 - Использовать инструменты проектного управления в выработке эффективной коммуникационной политики</p>	<p>Домашняя работа № 2</p> <p>Зачет</p> <p>Лекции</p> <p>Практические/семинарские занятия</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 – 0.4</b>		
<b>Текущая аттестация на лекциях</b>	<b>Сроки – семестр, учебная неделя</b>	<b>Максимальная оценка в баллах</b>
<i>контрольная работа</i>	18	100
<b>Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лекциям – 1</b>		
<b>Промежуточная аттестация по лекциям – нет</b>		
<b>Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по лекциям – не предусмотрено</b>		
<b>2. Практические/семинарские занятия: коэффициент значимости совокупных результатов практических/семинарских занятий – 0.6</b>		
<b>Текущая аттестация на практических/семинарских занятиях</b>	<b>Сроки – семестр, учебная неделя</b>	<b>Максимальная оценка в баллах</b>

домашняя работа №1	18	50
домашняя работа №2	18	50
<b>Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по практическим/семинарским занятиям– 0.6</b>		
<b>Промежуточная аттестация по практическим/семинарским занятиям–зачет</b>		
<b>Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по практическим/семинарским занятиям– 0.4</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**

<b>Характеристика уровней достижения результатов обучения (индикаторов)</b>				
<b>№ п/п</b>	<b>Содержание уровня выполнения критерия оценивания результатов обучения (выполненное оценочное задание)</b>	<b>Шкала оценивания</b>		
		<b>Традиционная характеристика уровня</b>		<b>Качественная характеристика уровня</b>
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. Управление проектами в области профессиональной деятельности
2. Методика разработки рекламных и PR-проектов
3. Оценка результатов и эффективности рекламных и PR-проектов

Примерные задания

1. Разработать брифы рекламной кампании и кампании по связям с общественностью.

Обосновать, почему такая структура предложена для каждого из брифов.

2. Подготовить аналитическую записку для руководства с обоснованием необходимости подготовить и реализовать кампанию по связям с общественностью, включающую в себя анализ ситуации; выделение проблемы, требующей решения; цели и задач; ресурсов, которые необходимо выделить на реализацию кампании; планируемые KPI.

3. Разработать методику оценки эффективности рекламной кампании для предложенного кейса. Обосновать реализуемость этой методики. Объяснить, почему предложенная методика является наиболее оптимальной в этой ситуации.

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. Разработка бюджета малозатратной рекламной кампании
2. Разработка PR -проекта по продвижению территории
3. Разработка рекламной кампании по продвижению регионального бренда
4. Исследования в рамках PR -проекта: методика организации и проведения
5. Методика исследований эффективности кампании ИМК
6. Методика разработки кейсов (на примере реализованных рекламных и PR -кампаний субъектов местного рынка деловых коммуникаций)

7. Образец мега-проекта в сфере рекламы и PR (на примере региональных субъектов рынка деловых коммуникаций)

8. Информационные войны в системе управления проектами

Примерные задания

Заполнить бриф для кампании по связям с общественностью. Целевая группа – молодежь Екатеринбурга и Свердловской области. Цель – формирование интереса к истории исетского казачества и казачьим традициям на Урале.

Студенту необходимо на основе кейса «Арамилская слобода» ([www.aramilpark.ru](http://www.aramilpark.ru)) проанализировать данную проблему и информационное поле вокруг нее, собрать необходимую информацию и заполнить предложенную форму брифа.

Бриф для рынка B2C

Клиент

Бренд

Основные цели и задачи продвижения/коммуникации

Описание текущей ситуации на рынке:

Описание продукта/услуги:

1. Сильные и слабые стороны продукта

2. Ключевая характеристика продукта/услуги

3. На какой стадии развития находится сейчас продвигаемая торговая марка: внедрение, рост, зрелость, спад

4. Маркетинговые проблемы

Описание конкурентной среды:

1. Кто является лидером на рынке

2. Назовите основных конкурентов и их УТП (уникальное торговое предложение) конкурентов

Описание целевой аудитории:

1. социально-демографические характеристики (пол, возраст, семейное положение, образование, статус, уровень дохода)

2. психографические характеристики ЦА (стили жизни, интересы, характер)

Процесс принятия решения о приобретении продукта/услуги

1. Срок принятия решения

2. Каковы критерии выбора продукта/услуги

3. Какие риски связаны с приобретением в данной товарной категории (финансовые, эксплуатационные, социальные, психологические, временные, физические)?

Ключевое сообщение

Самое важное сообщение, которое необходимо передать целевой аудитории (хорошо сформулированное сообщение кратко доносит уникальность предложения, доносит до потребителя главную выгоду)

LMS-платформа – не предусмотрена

### 5.2.2. Домашняя работа № 1

Примерный перечень тем

1. Изучение теоретических источников по материалу курса

2. Анализ профессиональной прессы и интернет-ресурсов по проблемам курса

3. Мониторинг прессы, освещающей ход реализации крупных PR -проектов общероссийского и местного значения

4. Написание кейса по результатам мониторинга прессы

Примерные задания

Разработать рекламную кампанию на основе кейса «Арамилская слобода» ([www.aramilpark.ru](http://www.aramilpark.ru)). Целевая группа – жители Екатеринбурга и Свердловской области, заинтересованные в семейном отдыхе в выходные дни.

LMS-платформа – не предусмотрена

### **5.2.3. Домашняя работа № 2**

Примерный перечень тем

1. Самостоятельно разработанный и подготовленный для реализации рекламный или PR -проект либо рекламная или PR -кампания по продвижению какого-либо объекта (рекламный, PR -бриф или полный вариант)

2. Разработанный медиаплан под конкретную задачу

3. Анализ реализованного PR -проекта (кейс-стади)

Примерные задания

Разработать ИМК-кампанию на основе кейса «Арамилская слобода» ([www.aramilpark.ru](http://www.aramilpark.ru)). Целевая группа – туристические агентства Екатеринбурга и Свердловской области, специализирующиеся на внутреннем туризме. Цель – сформировать интерес к данному туристическому объекту и добиться его включения в систему туристических маршрутов.

LMS-платформа – не предусмотрена

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

### **5.3.1. Зачет**

Список примерных вопросов

1. . Зачет по данной дисциплине проходит в виде защиты проекта. При подготовке проекта магистранты должны продемонстрировать понимание всех этапов планирования рекламной кампании и (или) компании по связям с общественностью), а также способность подготовки проектной документации в этой сфере. Выполнение проекта предполагает групповую работу, состав группы студентов определяется преподавателем дисциплины. 1) Должно быть проведено исследование (целевых аудиторий, конкурентов, информационной среды и т.п.), на основе которого составляется проектная документация. 2) Должна быть подготовлена проектная документация в виде презентации по предложенной ниже структуре. Структура проектной документации для рекламной кампании: • Постановка целей и задач • Определение целевой аудитории • Определение взаимосвязи с внешней средой и уровня трансакционных издержек • Выделение объектов рекламирования • Формулировка главных аргументов рекламного воздействия • Выбор комплекса средств рекламы • Разработка рекламных сообщений различного формата • Медиа-план (места, частота и интенсивность рекламных воздействий) • Разработка мероприятий по обеспечению качества рекламной деятельности и ее интеграции с другими видами коммуникаций предприятия • Определение этапов жизненного цикла рекламной компании и стратегии действий на каждом этапе • Утверждение конкретных

исполнителей, распределение функций и ресурсов между ними • Разработка бюджета кампании, в том числе определение общих затрат и распределение их по отдельным статьям, средствам рекламы и исполнителям • Выявление критериев эффективности и разработка методики оценки эффективности рекламной кампании • Разработка мероприятий обратной связи Структура проектной документации для pr-кампании: • Выявление и описание проблемы • Исследование объекта pr-проекта • Разработка концепции pr-проекта • Определение цели • Постановка задач • Определение целевой аудитории pr-проекта • Выбор технологий реализации pr-проекта • Подбор команды для реализации pr-проекта • Составление графика pr-проекта • Определение бюджета • Разработка медиа-плана • Разработка методики определения эффективности pr-проекта •

Приложения 3) Должно быть подготовлено устное выступление перед заказчиком рекламного или pr-проекта, с целью обоснования целесообразности предложенного проекта рекламной кампании или компании по связям с общественностью. 4) Должны быть даны полные и аргументированные ответы на вопросы заказчика проекта и преподавателя, ведущего данную дисциплину. Защита проекта проходит в следующем образом: магистранты представляют разработанную проектную документацию в виде презентации, в которой должны быть отражены основные элементы структуры проекта, в устной форме освещается исследование, на основе которого был разработан проект, и все элементы структуры проекта.

LMS-платформа – не предусмотрена

#### **5.4 Содержание контрольно-оценочных мероприятий по направлениям воспитательной деятельности**

Направления воспитательной деятельности сопрягаются со всеми результатами обучения компетенций по образовательной программе, их освоение обеспечивается содержанием всех дисциплин модулей.