

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ  
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**  
Маркетинговые коммуникации

**Код модуля**  
1161951(1)

**Модуль**  
Основы маркетинговой деятельности

**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            | Сысоева Татьяна Леонидовна    | кандидат экономических наук, доцент  | Доцент           | маркетинга           |

**Согласовано:**

Управление образовательных программ

И.Ю. Русакова

**Авторы:**

- Сысоева Татьяна Леонидовна, Доцент, маркетинга

**1. СТРУКТУРА И ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ Маркетинговые коммуникации**

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

**2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ (ИНДИКАТОРЫ) ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ Маркетинговые коммуникации**

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-5 -Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ | З-1 - Знать современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ<br>П-1 - Владеть современными информационными технологиями и программными средствами, включая управление крупными массивами данных для решения профессиональных задач<br>У-1 - Уметь использовать современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ | Домашняя работа<br>Контрольная работа<br>Лекции<br>Практические/семинарские занятия<br>Экзамен |

|  |                                    |  |
|--|------------------------------------|--|
|  | для решения профессиональных задач |  |
|--|------------------------------------|--|

### 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>   |                                 |                              |
| Текущая аттестация на лекциях  | Сроки – семестр, учебная неделя | Максимальная оценка в баллах |
| <i>контрольная работа</i>  | 6,16                            | 50                           |
| <i>академическая активность</i>  | 6,1                             | 50                           |
| <b>Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лекциям – 0.5</b>  |                                 |                              |
| Промежуточная аттестация по лекциям – <b>экзамен</b>   |                                 |                              |
| <b>Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по лекциям – 0.5</b>  |                                 |                              |
| <b>2. Практические/семинарские занятия: коэффициент значимости совокупных результатов практических/семинарских занятий – 0.5</b>   |                                 |                              |
| Текущая аттестация на практических/семинарских занятиях  | Сроки – семестр, учебная неделя | Максимальная оценка в баллах |
| <i>домашняя работа</i>   | 6,14                            | 50                           |
| <i>работа на занятиях</i>  | 6,1                             | 50                           |
| <b>Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по практическим/семинарским занятиям – 1</b>                      |                                 |                              |
| Промежуточная аттестация по практическим/семинарским занятиям – <b>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>                   |                                 |                              |
| Промежуточная аттестация по лабораторным занятиям – <b>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 |
| 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.<br>Студент способен выносить суждения, делать оценки и формулировать выводы в области изучения.<br>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. Теоретические основы организации коммуникаций в системе маркетинга.

Интегрированный подход

2. Реклама как инструмент коммуникативной политики

3. Принципы и технологии медиапланирования

4. Пропаганда и PR
5. Личная продажа как форма маркетинговых коммуникаций
6. Сущность и типология прямого маркетинга
7. Стимулирование сбыта и ВТЛ-мероприятия
8. Оценка эффективности комплекса маркетинговых коммуникаций

Примерные задания

Доклад по одной из тем практических занятий

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. Охарактеризовать линейные нелинейные модели коммуникационных процессов
2. Охарактеризовать структуру системы внутренних коммуникаций компании
3. Опираясь на теоретиков и практиков маркетинга, аргументировать собственную позицию при ответе на вопрос: «Синонимичны ли дефиниции маркетинговые коммуникации и продвижение?»
4. Привести примеры ненадлежащей рекламы (наружной, телевизионной, печатной, на транспорте и др). Обосновать какая норма закона была нарушена
5. Охарактеризовать достоинства и ограничения каждого из элементов комплекса продвижения.
6. Привести примеры мероприятий по стимулированию торговых посредников, компаний-производителей и потребителей
7. Охарактеризовать ограничения применения каждого из видов личных продаж.
8. Приведите примеры использования PR в маркетинговой деятельности современных компаний (организаций).
9. Охарактеризуйте этапы развития и функции прямого маркетинга
10. Охарактеризуйте направления и задачи спонсоринга

Примерные задания

Контрольная работа для выполнения в аудитории с целью проверки теоретических знаний по курсу.

LMS-платформа – не предусмотрена

#### **5.2.2. Домашняя работа**

Примерный перечень тем

1. Переросли ли интегрированные коммуникации маркетинг?
2. Виды помех (барьеров) в коммуникационном процессе и методы борьбы с ними
3. Виды и особенности коммуникативных сетей
4. Роль и значение мотивационных процессов в маркетинговых коммуникациях
5. Особенности организации системы внутренних коммуникаций на предприятии

6. Соблюдение этических норм в рекламной деятельности: необходимость или рудимент?
7. Роль и значение цвета в рекламе
8. Специфика психологических инструментов (техник) в различных видах рекламной деятельности
9. Современные рекламные средства и технологии
10. Возможности и ограничения определения экономической эффективности рекламы
11. Компаративистский анализ пропаганды и PR
12. Интернет как новая коммуникационная площадка: возможности и ограничения
13. Событийный маркетинг – средство стимулирования сбыта или PR-технология?

#### Примерные задания

Домашняя работа выполняется в виде рефератов или эссе по заданной проблеме и защищается с подготовленной презентацией на практическом занятии.

LMS-платформа – не предусмотрена

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

#### **5.3.1. Экзамен**

Список примерных вопросов

1. Сущность и значение маркетинговых коммуникаций в деятельности компании: традиционный и современный подходы
2. Структура процесса коммуникаций
3. Критерии выбора и процесс разработки маркетинговых коммуникаций
4. Сущность, цели и задачи рекламы
5. Функции и классификация рекламы
6. Суггестивная, маркетинговая и социально-психологическая модели рекламного воздействия
7. Модели воздействия рекламного обращения: основные характеристики (AIDA) и др
8. Средства и носители рекламы
9. Правовые и этические аспекты рекламной деятельности
10. Печатная реклама: сущностные характеристики, достоинства и недостатки
11. Реклама в прессе: сущностные характеристики, достоинства и недостатки
12. Реклама на телевидении: сущностные характеристики, достоинства и недостатки
13. Реклама в кино: сущностные характеристики, достоинства и недостатки
14. Реклама на радио: сущностные характеристики, достоинства и недостатки
15. Наружная реклама: сущностные характеристики, достоинства и недостатки
16. Реклама на транспорте: сущностные характеристики, достоинства и недостатки
17. Организация рекламы в местах торговли
18. Рекламная кампания: сущность, стратегии и этапы реализации
19. Медиапланирование и его роль при разработке рекламной кампании. Основные показатели медиапланирования.
20. Подход Огилви к созданию рекламных обращений
21. Методики оценки коммерческой и коммуникативной эффективности рекламы
22. Генезис деятельности по связям с общественностью как элемента управления обществом



23. Сущность, функции и правила PR-деятельности
  24. Методы и средства, используемые PR для воздействия на общественность
  25. Формы представления информации в прессе (работа со СМИ)
  26. Сущность и концепции прямого маркетинга: сепаратная, интегративная и функциональная (Багиев Г.Л.).
  27. Традиционные и современные формы прямого маркетинга
  28. Процесс личной продажи: сущность и структура
  29. Виды личных продаж
  30. BTL как средство стимулирования сбыта
  31. Направления и цели спонсорской деятельности
  32. Типология и задачи спонсоринга
  33. Стимулирование сбыта: сущность, цели, задачи и основные средства
- 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                 |
|--|---------------------------------|---|-------------|---------------------|--|
| Формирование информационной культуры в сети интернет | дистанционное образование       | Технология повышения коммуникативной компетентности | ПК-5        | П-1                 | Домашняя работа<br>Контрольная работа<br>Экзамен |