

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**
Маркетинг в книжном деле

Код модуля
1145253(1)

Модуль
Рекламный аспект издательской деятельности

Екатеринбург

Оценочные материалы составлены автором(ами):

№ п/п	Фамилия, имя, отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Дагаева Юлия Михайловна	без ученой степени, без ученого звания	Преподаватель	издательского дела

Согласовано:

Управление образовательных программ

Е.С. Комарова

Авторы:

- Дагаева Юлия Михайловна, Преподаватель, издательского дела

1. СТРУКТУРА И ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ Маркетинг в книжном деле

1.	Объем дисциплины в зачетных единицах	5	
2.	Виды аудиторных занятий	Лекции Практические/семинарские занятия	
3.	Промежуточная аттестация	Зачет Экзамен	
4.	Текущая аттестация	Контрольная работа	2
		Домашняя работа	2

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ (ИНДИКАТОРЫ) ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ Маркетинг в книжном деле

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
ОПК-5 -Способен к осуществлению внутриорганизационного, межведомственного и межсекторного взаимодействия с органами власти, коммерческими организациями и институтами гражданского общества, образовательными организациями, СМИ с учетом запросов клиентов, партнеров, других субъектов для эффективного решения	З-2 - Характеризовать роль и механизм межведомственного взаимодействия и социального партнерства в достижении целей организации и решении профессиональных задач П-2 - Решать поставленные задачи, относящиеся к области профессиональной деятельности, опираясь на принципы и используя различные формы межведомственного взаимодействия и социального партнерства У-2 - Обосновать целесообразность выбора форм межведомственного взаимодействия и социального партнерства для решения	Домашняя работа № 1 Домашняя работа № 2 Зачет Контрольная работа № 1 Контрольная работа № 2 Лекции Практические/семинарские занятия Экзамен

профессиональных задач	профессиональных задач с учетом запросов клиентов, партнеров, других субъектов	
ПК-4 -Способен исследовать книжный рынок, рынок электронных изданий, средств массовой информации и конкурентной среды с целью выработки маркетинговой стратегии издательского предприятия (Издательское дело)	З-2 - Характеризовать методику маркетинговых исследований книжного рынка, основные каналы продвижения издательской продукции и основные способы маркетингового анализа целевой аудитории и читательского адреса П-1 - Оформлять результаты маркетинговых исследований рынка печатных, электронных и интернет-изданий для перспективных разработок У-1 - Анализировать текущее состояние современного книжного рынка и рынка электронных изданий в России и за рубежом	Домашняя работа № 1 Домашняя работа № 2 Зачет Контрольная работа № 1 Контрольная работа № 2 Лекции Практические/семинарские занятия Экзамен
ПК-7 -Способен разрабатывать инновационные проекты в области редакционно-издательских, информационных и маркетинговых технологий в издательском деле (Издательское дело)	З-2 - Объяснять специфику издательских проектов, этапов подготовки издания, зон редакторской ответственности, особенностей маркетинга и продвижения издания П-1 - Оформлять аналитические отчеты об эффективности и совершенствованию предприятий книжного бизнеса У-1 - Идентифицировать типологические и классификационные схемы, принципы репертуарной и тиражной политики в области издания и распространения печатных и электронных средств информации различной тематической направленности в целях получения эффективных результатов издательской предпринимательской деятельности	Домашняя работа № 1 Домашняя работа № 2 Зачет Контрольная работа № 1 Контрольная работа № 2 Лекции Практические/семинарские занятия Экзамен
ПК-4 -Способен исследовать книжный рынок, рынок электронных изданий,	З-2 - Характеризовать методику маркетинговых исследований книжного рынка, основные каналы продвижения	Домашняя работа № 1 Домашняя работа № 2 Зачет Контрольная работа № 1

<p>средств массовой информации и конкурентной среды с целью выработки маркетинговой стратегии издательского предприятия (Печатные, электронные и интернет-издания; Печатные, электронные и интернет-издания)</p>	<p>издательской продукции и основные способы маркетингового анализа целевой аудитории и читательского адреса П-1 - Оформлять результаты маркетинговых исследований рынка печатных, электронных и интернет-изданий для перспективных разработок У-1 - Анализировать текущее состояние современного книжного рынка и рынка электронных изданий в России и за рубежом</p>	<p>Контрольная работа № 2 Лекции Практические/семинарские занятия Экзамен</p>
<p>ПК-7 -Способен разрабатывать инновационные проекты в области редакционно-издательских, информационных и маркетинговых технологий в издательском деле (Печатные, электронные и интернет-издания; Печатные, электронные и интернет-издания)</p>	<p>З-2 - Объяснять специфику издательских проектов, этапов подготовки издания, зон редакторской ответственности, особенностей маркетинга и продвижения издания П-1 - Оформлять аналитические отчеты об эффективности и совершенствованию предприятий книжного бизнеса У-1 - Идентифицировать типологические и классификационные схемы, принципы репертуарной и тиражной политики в области издания и распространения печатных и электронных средств информации различной тематической направленности в целях получения эффективных результатов издательской предпринимательской деятельности</p>	<p>Домашняя работа № 1 Домашняя работа № 2 Зачет Контрольная работа № 1 Контрольная работа № 2 Лекции Практические/семинарские занятия Экзамен</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

1. Лекции: коэффициент значимости совокупных результатов лекционных занятий – 0.5

Текущая аттестация на лекциях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
<i>домашняя работа 1</i>	5,6	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>контрольная работа 1</i>	5,10	100
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		
3.1. Процедуры текущей и промежуточной аттестации по дисциплине		
2. Лекции: коэффициент значимости совокупных результатов лекционных занятий – 0.5		
Текущая аттестация на лекциях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
<i>домашняя работа 2</i>	6,6	100
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лекциям – 0.5		
Промежуточная аттестация по лекциям – экзамен		
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>контрольная работа 2</i>	6,10	100
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. Основные концепции маркетинга.
2. Факторы внешней макросреды издательства

Примерные задания

Для следующих терминов:

- 1) маркетинг;
- 2) концепция маркетинга;
- 3) окружающая среда маркетинга;
- 4) объекты управления службой маркетинга;
- 5) стратегия маркетинга;
- 6) тактика маркетинга;
- 7) структура маркетинга —

выберите правильное определение из перечня:

- 1) окружение, в котором предприятие осуществляет маркетинговую и иную хозяйственную деятельность;
- 2) концепция, ориентированная на потребителей и прибыль, интегрированная целевая философия хозяйственной деятельности предприятия;
- 3) комплексная система организации производства и сбыта предприятия, ориентированная на максимально возможное удовлетворение потребностей конкретных покупателей и получение высокой прибыли;
- 4) выбор целей, рынков, организация и руководство планом маркетинга;
- 5) конкретные действия для эффективной реализации маркетинговой стратегии;
- 6) конкретное сочетание элементов маркетинга для достижения поставленных задач и удовлетворения спроса рынка;
- 7) генеральная программа, в которой четко сформулированы цели, методы их достижения и намечены необходимые для этого ресурсы.

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 № 1

Примерный перечень тем

1. Маркетинговые исследования: понятие, цели, объекты
2. Дизайн, маркировка, гарантии как инструменты маркетинга

Примерные задания

Тестовые задания

1. Концепция жизненного цикла бренда позволяет определить:
 - А) объем продаж данного бренда в долгосрочном периоде;
 - Б) маркетинговые действия компании, необходимые для продления срока жизни бренда на рынке;
 - В) срок жизни бренда на рынке.

2. Основной признак, позволяющий выделить бренд из огромного числа существующих торговых марок:
 - А) покупка не вызывает чувства сожаления о потраченных денежных средствах;
 - Б) присутствие торгового предложения, повышающего статус покупателя в собственных глазах и глазах окружающих;
 - В) более высокая цена по сравнению с прочими торговыми марками той же категории.

LMS-платформа – не предусмотрена

5.2.2. Контрольная работа № 2

Примерный перечень тем

1. Маркетинговые коммуникации: связи с общественностью
2. Товарная политика: жизненный цикл книги-товара

Примерные задания

Тестовые задания

1. Вам предложено организовать службу маркетинга на крупном предприятии, которое производит широкий ассортимент продукции. Покупатели расположены в различных городах России. Определите тип структуры маркетинговой службы:

- А) функциональная
- Б) продуктовая;
- В) рыночная;
- Г) географическая;
- Д) товарно-функциональная;
- Е) товарно-географическая;
- Ж) рыночно-географическая.

2. Типы активов (капитала) из нижеперечисленных, который имеет в современной экономике развитых стран наименьшее значение для успешного развития компании:

- А) финансовый капитал;
- Б) интеллектуальный капитал;
- В) капитал отношений с клиентами.

LMS-платформа – не предусмотрена

5.2.3. Домашняя работа № 1

Примерный перечень тем

1. План маркетинга: понятие, структура
2. Специфика книжного маркетинга
3. Сбытовая политика на книжном рынке: особенности оптовых продаж
4. Сбытовая политика на книжном рынке: особенности розничных продаж

Примерные задания

Слабость модели бизнеса «рог изобилия» заключается в том, что она:

- А) отдает предпочтение созданию модификаций товара, а не ускорению внедрения принципиально новых продуктов;
- Б) ведет к снижению оборачиваемости капитала из-за неликвидности многих вариаций товара;
- В) затрудняет работу компании в области мерчандайзинга.

LMS-платформа – не предусмотрена

5.2.4. Домашняя работа № 2

Примерный перечень тем

1. Прогнозирование рыночных тенденций: методы, особенности.
2. Факторы покупательского поведения.

Примерные задания

Тестовые задания

Важнейшая идея дифференциации будущего бренда:

- А). уникальное торговое предложение (УТП);

- Б). функциональное превосходство над конкурентами;
- В). эмоциональное превосходство над конкурентами.

LMS-платформа – не предусмотрена

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

5.3.1. Зачет

Список примерных вопросов

1. 1. Сегментирование рынка: понятие, признаки, особенности.
2. 2. Стратегии охвата рынка
3. 3. Позиционирование товара
4. 4. Факторы покупательского поведения.
5. 5. Товарная политика: жизненный цикл книги-товара
6. 6. Конкурентоспособность по цене, по качеству, по потребительской ценности.

LMS-платформа – не предусмотрена

5.3.2. Экзамен

Список примерных вопросов

1. Этапы и факторы разработки эффективных маркетинговых коммуникаций.
2. Система товародвижения: понятие, каналы распределения
3. Система товародвижения: методы распределения
4. Маркетинговые коммуникации: реклама
5. План маркетинга: понятие, структура
6. Стратегии охвата книжного рынка

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	учебно-исследовательская, научно-исследовательская	Технология повышения коммуникативной компетентности	ПК-4	З-2 П-1	Домашняя работа № 1 Домашняя работа № 2 Контрольная работа № 1 Контрольная работа № 2