

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**
Маркетинг-менеджмент в издательском деле

Код модуля
1144974(1)

Модуль
Издательский маркетинг

Екатеринбург

Оценочные материалы составлены автором(ами):

№ п/п	Фамилия, имя, отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Плотникова Ирина Юрьевна	без ученой степени, без ученого звания	старший преподаватель	Издательского дела

Согласовано:

Управление образовательных программ

Е.С. Комарова

Авторы:

- Плотникова Ирина Юрьевна, старший преподаватель, Издательского дела

1. СТРУКТУРА И ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ **Маркетинг-менеджмент в издательском деле**

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

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ (ИНДИКАТОРЫ) ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ **Маркетинг-менеджмент в издательском деле**

Индикатор – это признак / сигнал/ маркер, который показывает, на каком уровне обучающийся должен освоить результаты обучения и их предьявление 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 разработке, внедрению, контролю, оценке и корректировке методов и приемов осуществления профессиональной деятельности	З-2 - Характеризовать основные принципы, особенности и требования к процессу разработки, внедрения, контроля, оценки и корректировки методов и приемов осуществления профессиональной деятельности П-1 - Составлять план поэтапного процесса разработки, внедрения, контроля и оценки инновационных методов и приемов осуществления профессиональной деятельности, в том числе в команде в рамках проекта, в соответствии с требованиями	Домашняя работа Контрольная работа Лекции Практические/семинарские занятия Экзамен

	У-2 - Оценивать процесс разработки, внедрения, оценки и корректировки методов и приемов осуществления профессиональной деятельности на соответствие требованиям	
ПК-2 -Способен обосновывать, разрабатывать и внедрять редакционно-издательские, маркетинговые и информационные проекты в издательском деле (Управление современным издательским процессом)	З-2 - Понимать издательский проект с учетом видовых особенностей издания и этапов предпродажной подготовки, путей оптимизации процесса продвижения издательской продукции П-2 - Составлять план производственного процесса выхода издания в соответствии с технологическим циклом и способами продвижения издательской продукции У-2 - Координировать работу над издательским проектом с учетом подготовки печатных текстов, аудио-, видео-, интернет- материалов в соответствии со стандартами и технологическими требованиями	Домашняя работа Контрольная работа Лекции Практические/семинарские занятия Экзамен
ПК-5 -Способен управлять инновациями в издательском деле (Управление современным издательским процессом)	З-2 - Изложить основные стратегии инновационного менеджмента в издательском деле П-2 - Составлять план поэтапного процесса контроля и оценки инновационных методов и приемов осуществления издательской деятельности У-2 - Формулировать основные понятия в сфере инновационного менеджмента в современном издательском процессе	Домашняя работа Контрольная работа Лекции Практические/семинарские занятия Экзамен
ПК-2 -Способен обосновывать, разрабатывать и внедрять редакционно-издательские,	З-2 - Понимать издательский проект с учетом видовых особенностей издания и этапов предпродажной подготовки, путей оптимизации процесса	Домашняя работа Контрольная работа Лекции Практические/семинарские занятия Экзамен

маркетинговые и информационные проекты в издательском деле (Управление современным издательским процессом; Управление современным издательским процессом)	продвижения издательской продукции П-2 - Составлять план производственного процесса выхода издания в соответствии с технологическим циклом и способами продвижения издательской продукции У-2 - Координировать работу над издательским проектом с учетом подготовки печатных текстов, аудио-, видео-, интернет- материалов в соответствии со стандартами и технологическими требованиями	
ПК-5 -Способен управлять инновациями в издательском деле (Управление современным издательским процессом; Управление современным издательским процессом)	З-2 - Знать основные стратегии инновационного менеджмента в издательском деле П-2 - Составлять план поэтапного процесса контроля и оценки инновационных методов и приемов осуществления издательской деятельности У-2 - Объяснять основные понятия в сфере инновационного менеджмента в современном издательском процессе	Домашняя работа Контрольная работа Лекции Практические/семинарские занятия Экзамен

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</i>	1,4	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</i>	1,6	100
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по практическим/семинарским занятиям– 0.5		
Промежуточная аттестация по практическим/семинарским занятиям– экзамен		
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. 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

1. нет

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. Маркетинговые исследования: понятия, 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

1. нет

5.2.2. Домашняя работа

Примерный перечень тем

1. Жизненный цикл бренда

2. Карты позиционирования: определение, принципы построения, преимущества и недостатки использования

Примерные задания

Примерные задания для подготовки сообщения:

1. Сегментирование: уровни, признаки, современные особенности.

2. Роль маркетинговых коммуникаций.

3. Маркетинг совместного создания ценности: сущность и основные типы

LMS-платформа

1. нет

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

5.3.1. Экзамен

Список примерных вопросов

1. Трансформация понятия «маркетинг» в современном бизнесе
2. Система брендинговых кругов и ее применение в книжном бизнесе
3. Управление портфелем бренда
4. Сегментирование, таргетирование, позиционирование как основа формирования маркетинговых стратегий

LMS-платформа

1. нет

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.