

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**
Проектирование и продвижение услуг

Код модуля
1158200

Модуль
Организация предоставления услуг в
государственном и муниципальном управлении

Екатеринбург

Оценочные материалы составлены автором(ами):

№ п/п	Фамилия, имя, отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Кульминская Алина Владимировна	Канд. социол. наук	Доцент	Кафедра социологии и технологий государственного и муниципального управления

Согласовано:

Управление образовательных программ

И.Ю. Русакова

Авторы:

- **Кульминская Алина Владимировна, Доцент, Кафедра социологии и технологий государственного и муниципального управления**

1. СТРУКТУРА И ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ Проектирование и продвижение услуг

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	1
		Проектный продукт	1

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ (ИНДИКАТОРЫ) ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ Проектирование и продвижение услуг

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-6 -Способен к осуществлению внутриорганизационных и межведомственных коммуникаций, взаимодействия органов власти с гражданами, коммерческими организациями, институтами гражданского общества, средствами массовой информации	3-6 - Описывать основы проектной деятельности в сфере публичной коммуникации 3-7 - Понимать основы пропагандистской деятельности в сфере публичной политики П-3 - Методами и приемами разработки информационных материалов для СМИ и других целевых аудиторий П-8 - Навыками проектирования информационно-пропагандистских кампаний.	Зачет Контрольная работа Лекции Проектный продукт

	У-6 - Проектировать информационно-пропагандистские кампании.	
ПК-9 -Способен использовать современные методы управления проектом, направленные на своевременное получение качественных результатов, определение рисков, эффективное управление ресурсами, готовностью к его реализации с использованием современных инновационных технологий	З-4 - Понимать особенности социального проектирования в ГМУ П-1 - Технологией разработки социальных проектов в ГМУ У-6 - Осуществлять социальную экспертизу проектов в социальной сфере	Домашняя работа Зачет Практические/семинарские занятия Проектный продукт

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>контрольная работа</i>	8,6	40
<i>академическая активность</i>	8,8	60
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>домашняя работа</i>	8,8	30
<i>проектный продукт</i>	8,12	60

<i>академическая активность</i>	8,12	10
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		

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. Ключевые понятия изучаемой дисциплины. Возможные причины провала новых услуг Преимущества и недостатки модернизации услуг Разработка новой услуги: презентация проектов Внешняя среда и проектирование новой услуги Финансовый анализ проекта. Технологии внедрения и продвижения услуги на рынок. Ценовая политика и методы ценообразования в сфере услуг. Правовое регулирование отношений в сфере услуг. Внедрение клиентоориентированного подхода в систему отношений «исполнитель - потребитель», «заявитель – власть». Реклама и стимулирование в продвижении услуг.

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. SWOT-анализ услуги

Примерные задания

Цель задания: расширение представления о возможностях метода SWOT-анализа.

Задание:

Проанализируйте свою идею новой услуги.

Сформулируйте идею своего проекта (минимум: что, кому, для чего). Проведите swot-анализ идеи услуги в контексте факторов внешней среды. В итоге Вы должны понять, чем лучше Ваш проект относительно существующих или возможных аналогов.

После заполнения матрицы проведите попарное сравнение. Само сравнение можно в работе не приводить, а ограничиться выводами.

При возникновении трудностей обратитесь к текстам лекций 2 и 3.

Требования к работе: аналитичность, лаконичность, логичность, самостоятельность.

Работа оценивается от 3 до 5 баллов в соответствии с критериями УрФУ.

LMS-платформа

1. Электронный учебный курс «Проектирование новых услуг» ссылка: learn.urfu.ru/subject/index/card/subject_id/3272 Электронный учебный курс "Проекты внедрения и продвижения услуг" ссылка: https://learn.urfu.ru/subject/index/card/subject_id/3623

5.2.2. Домашняя работа

Примерный перечень тем

1. Теория поколений и позиционирование услуг

Примерные задания

Цель задания: познакомить студентов с современными подходами к сегментации целевой аудитории и развить из представления о возможностях позиционирования услуг.

Литература:

Асташова Юлия Владимировна Теория поколений в маркетинге // Вестник ЮУрГУ. Серия: Экономика и менеджмент. 2014. №1. С. 108-114. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/teoriya-pokoleniy-v-marketinge> (дата обращения: 13.08.2020).

На смену поколению Z идет новое поколение - Альфа. Почему к нему стоит посмотреть прямо сейчас. URL: <https://www.adme.ru/svoboda-kultura/na-smenu-pokoleniyu-z-idet-novoe-alfa-pochemu-k-nemu-stoit-prismotretsya-pryamo-sejchas-2256465/> (дата обращения: 13.08.2020).

Семь новых типов людей, которых еще 20 лет назад никто бы не понял, а сейчас мир подстраивается под них. URL: <https://www.adme.ru/svoboda-kultura/7-novyh-tipov-lyudej-kotoryh-esche-20-let-nazad-nikto-by-ne-ponyal-a-sejchas-mir-podstrivaetsya-pod-nih-2426115/> (дата обращения: 13.08.2020).

Задаие:

Ознакомьтесь с теоретическим материалом о теории поколений. Каждый товар или услуга имеют особенности позиционирования и продвижения услуг для каждого поколения, а ряд товаров и услуг уникальны, то есть созданы и позиционируются только для какого-то одного поколения.

Найдите минимум 2 услуги, нацеленные на удовлетворение потребностей каждого поколения и проанализируйте особенности позиционирования и технологий продвижения каждой услуги. Сделайте вывод по всей работе о существовании (или наоборот - об отсутствии) каких-то специфических инструментов продвижения услуг для каждого поколения. Определите, что в основном влияет на позиционирование и продвижение услуги: отрасль, в которой она оказывается, целевая аудитория и т.д.

Требования к работе: самостоятельность выводов, аналитичность, полнота.

Работа оценивается от 3 до 5 баллов в соответствии с критериями УрФУ.

LMS-платформа

1. Электронный учебный курс «Проектирование новых услуг» ссылка:

learn.urfu.ru/subject/index/card/subject_id/3272 Электронный учебный курс "Проекты внедрения и продвижения услуг" ссылка:

https://learn.urfu.ru/subject/index/card/subject_id/3623

5.2.3. Проектный продукт

Примерный перечень тем

Примерные задания

В проект должно входить:

1. Название услуги, обоснование ее востребованности с точки зрения рынка (анализ конкурентной среды, определение целевой аудитории)

2. Описание производственного процесса (программа услуги)

3. Характеристики контактной зоны и механизм обеспечения безопасности жизнедеятельности и труда сотрудников

4. План жизненного цикла услуги

5. Анализ затрат и механизм ценообразования

6. Возможные риски и их оценка

7. Характеристика предприятия (организации) на котором вы планируете внедрять услугу

8. Характеристика целевой аудитории услуги (максимально подробно, с использованием различных подходов к классификации потребителей)

9. Позиционирование услуги

10. План внедрения услуги (основываясь на ее жизненном цикле)

11. На основании плана жизненного цикла услуги определите инструменты ее продвижения на каждом этапе развития услуги для целевой аудитории. Для услуг с широкой целевой аудиторией необходимо продумать инструменты для каждой ее части.

Проект готовится по частям, под руководством преподавателя. На практических занятиях подробно разбирается содержание каждого пункта.

Текст должен быть грамотно оформлен (требования к оформлению классические, как к курсовому проекту).

Проект оценивается в соответствии с критериями УрФУ, максимальное количество баллов определяется технологической картой БРС.

LMS-платформа – не предусмотрена

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

5.3.1. Зачет

Список примерных вопросов

1. 1. Классификации различных видов услуг и их характеристика. 2. Состояние и перспективы развития сферы услуг. 3. Особенности рынка услуг в России. 4. Регулирование сферы услуг: национальные меры регулирования, двухсторонние соглашения между странами, многостороннее регулирование сферы услуг. 5. Организации, занимающиеся регулированием сферы услуг (ГАТТ, ЮНКТАГ, ВТО, ИМО, ИКАО и др.). 6. Проблемы сертификации деятельности в сфере услуг. 7. Инновационная политика в сфере услуг. Основные подходы к разработке новых услуг. 8. Стадии принятия решения при внедрении и продвижении услуг. 9. Разработка технологической карты услуги. 10. Сегментация рынка услуг. 11. Особенности позиционирования услуг. 12. Нейминг и брендинг в продвижении и внедрении услуг. 13. Применение интерактивных технологий при внедрении и продвижении услуг. 14. Стратегии продвижения услуг и формирования долгосрочных отношений с потребителями. 15. Ценовая политика в сфере услуг. Ценовые системы рынка сферы услуг. Формирование цены на услугу. 16. Конкуренция на рынке услуг. Конкурентные стратегии на рынке услуг. 17. Методы оценки конкурентоспособности услуг. 18. Коммуникативная политика в сфере услуг. 19. Реклама и продвижение услуги. 20. Стимулирование в программах продвижения услуг. 21. PR в продвижении услуг. Инструменты PR. 22. Роль пресс-службы организации при внедрении и продвижении услуги. Правовые и этические аспекты работы пресс-службы. 23. Медиапланирование в продвижении и внедрении услуг. 24. Формирование общественного мнения при внедрении и продвижении услуги. 25. Технологии проектной

деятельности. Составление программы проекта внедрения и продвижения услуг. 26. Разработка плана мероприятий по реализации проекта внедрения и продвижения услуг. 27. Государственные и муниципальные услуги как категория и объект государственного управления.

2. 1. Услуга: понятие, свойства и характеристики 2. Типы развития и их характеристики 3. Развитие предприятия 4. Инновация: определение и отличие от новшества 5. Инновационный потенциал 6. Сложности проектирования новых услуг в текущих условиях 7. Отличия процесса проектирования новой услуги от проектирования нового товара 8. Распространение и диффузия новой услуги 9. Причины провала новых услуг 10. Скрининг и оценка ресурсов 11. Источники идей 12. Методы генерирования идей 13. Функционально-стоимостный анализ при разработке услуг 14. Принципы системного проектирования 15. Методы предварительной оценки рынка 16. Методы оценки идеи 17. Состав проектной документации 18. Модернизация и проектирование услуг: плюсы и минусы каждой стратегии 19. Разработка процесса оказания услуги 20. Утверждение услуги 21. Бизнес-анализ проекта 22. Межорганизационная коммуникация и проектирование услуг 23. Принципы построения долгосрочных отношений с клиентами 24. Цикл постоянного совершенствования 25. Комплексная оценка услуги

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 проектного образования Технология самостоятельной работы	ПК-9	3-4 П-1	Зачет Практические/семинарские занятия Проектный продукт