

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**
Бренд-менеджмент в сервисе

Код модуля
1144612(1)

Модуль
Коммуникативные технологии в сервисе

Екатеринбург

Оценочные материалы составлены автором(ами):

№ п/п	Фамилия, имя, отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Булатова Анастасия Васильевна	кандидат философских наук, без ученого звания	Доцент	культурологии и дизайна
2	Мельникова Светлана Витальевна	кандидат философских наук, доцент	Доцент	культурологии и дизайна

Согласовано:

Управление образовательных программ

Е.С. Комарова

Авторы:

- Булатова Анастасия Васильевна, Доцент, культурологии и дизайна
- Мельникова Светлана Витальевна, Доцент, культурологии и дизайна

1. СТРУКТУРА И ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ Бренд-менеджмент в сервисе

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

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ (ИНДИКАТОРЫ) ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ Бренд-менеджмент в сервисе

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-1 -Способен анализировать и объяснять природу явлений и процессов, протекающих в сфере профессиональной деятельности на основе критериев научного знания с использованием различных методологических и теоретических подходов	Д-1 - Проявлять внимательность и усердие в поиске и применении теоретического знания З-1 - Характеризовать основные методологические и теоретические подходы, позволяющие объяснять природу явлений и процессов, протекающих в сфере профессиональной области П-1 - Самостоятельно, опираясь на теоретические и методологические подходы, составить на основе критериев научных знаний характеристики явлений и процессов для решения задач в	Домашняя работа Контрольная работа № 1 Контрольная работа № 2 Курсовой проект Лекции Практические/семинарские занятия Экзамен

	<p>своей профессиональной области.</p> <p>У-1 - Самостоятельно определять основные характеристики явлений и процессов на основе критериев научных знаний, используя основные теоретические и методологические подходы в своей профессиональной области</p> <p>У-2 - Определять теоретические и методологические подходы для обоснованного объяснения природы, явлений и процессов в своей профессиональной области</p>	
<p>ОПК-3 -Способен выявлять, концептуализировать и предлагать обоснованные решения проблем в профессиональной деятельности на основе знания научных теорий, концепций, подходов, в том числе обладающие инновационным потенциалом</p>	<p>Д-1 - Проявлять аналитические умения</p> <p>Д-2 - Проявлять способность эффективно работать в команде, умения аргументировать и убеждать</p> <p>З-1 - Изложить возможные способы решения проблем в профессиональной области деятельности, используя знания научных теорий, концепций, подходов, в том числе обладающих инновационным потенциалом</p> <p>З-2 - Объяснить особенности и возможности применения основных научных теорий, концепций и подходов для обоснования решения проблем в профессиональной деятельности</p> <p>П-1 - Самостоятельно или работая в команде предлагать и обосновывать способы решения проблем в профессиональной деятельности, используя знания научных теорий, концепций, подходов, в том числе обладающих инновационным потенциалом</p> <p>У-1 - Самостоятельно определять способы решения проблем, значимых для профессиональной области, и</p>	<p>Домашняя работа</p> <p>Контрольная работа № 1</p> <p>Контрольная работа № 2</p> <p>Курсовой проект</p> <p>Лекции</p> <p>Практические/семинарские занятия</p> <p>Экзамен</p>

	<p>обосновывать их, используя знания научных теорий, концепций, подходов, в том числе инновационных</p> <p>У-2 - Анализировать профессиональную область деятельности и выявлять присущие ей проблемы, их причины и суть, используя методологию научных теорий и концепций</p>	
<p>ОПК-2 -Способен применять методы сбора, анализа и интерпретации данных и составлять и оформлять документы и отчеты по результатам профессиональной деятельности</p>	<p>Д-1 - Проявлять аналитические умения; способность к поиску новой информации</p> <p>З-1 - Кратко изложить основные характеристики методов сбора, анализа и интерпретации данных, значимых для своей профессиональной области задач</p> <p>П-2 - Проводить, применяя методы, сбор и анализ данных, характерных для своей профессиональной области, и представлять их интерпретацию в форме научного доклада (сообщения)</p> <p>У-1 - Определять оптимальные методы для сбора, анализа и интерпретации данных в профессиональной области</p>	<p>Домашняя работа</p> <p>Контрольная работа № 1</p> <p>Контрольная работа № 2</p> <p>Курсовой проект</p> <p>Лекции</p> <p>Практические/семинарские занятия</p> <p>Экзамен</p>
<p>ПК-4 -Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение сервисных продуктов (Сервис)</p>	<p>Д-1 - Готовность к порождению принципиально новых необычных идей, решений, отклоняющихся от традиционных или принятых схем</p> <p>З-1 - Методы маркетинговых исследований используемых в сервисной деятельности</p> <p>З-2 - Основные принципы осуществления маркетинговой деятельности предприятия в сфере сервиса</p> <p>З-4 - Понятие комплекса маркетинговых коммуникаций и отдельных его составляющих</p> <p>П-1 - Разрабатывать стратегии продажи и продвижения сервисных продуктов</p>	<p>Домашняя работа</p> <p>Контрольная работа № 1</p> <p>Контрольная работа № 2</p> <p>Курсовой проект</p> <p>Лекции</p> <p>Практические/семинарские занятия</p> <p>Экзамен</p>

	<p>П-2 - Предлагать концепции и готовые решения планируемых продуктов маркетинга для предприятий сервиса</p> <p>У-1 - Определять цели и задачи, условия, ресурсы маркетинговой политики предприятия сервиса</p> <p>У-2 - Выбирать методы маркетинговых исследований для решения проблем предприятия сервиса</p> <p>У-3 - Анализировать информацию, полученную в ходе маркетинговых исследований и предлагать стратегии маркетинговой деятельности предприятия сервиса</p> <p>У-4 - Предлагать варианты решений, в том числе и креативных для маркетинговой деятельности предприятия сервиса</p>	
<p>ПК-10 -Способен к планированию и реализации коммуникационной деятельности предприятия сервиса (Сервис)</p>	<p>З-1 - Особенности и основные принципы функционирования интегрированных маркетинговых коммуникаций в сфере сервиса</p> <p>П-2 - Разрабатывать коммуникативные продукты, используя современные технологии и методики</p> <p>П-3 - Анализировать коммуникативную деятельность предприятия сервиса, используя соответствующие проблеме методики</p> <p>У-3 - Выбирать средства, методы и методики для решения проблем в сфере коммуникативной деятельности предприятия сервиса</p> <p>У-4 - Предлагать способы решения в том числе и нестандартные для решения проблем в коммуникативной деятельности предприятия сервиса</p>	<p>Домашняя работа</p> <p>Контрольная работа № 1</p> <p>Контрольная работа № 2</p> <p>Курсовой проект</p> <p>Лекции</p> <p>Практические/семинарские занятия</p> <p>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>Контрольная работа №1</i>	4,8	50
<i>Контрольная работа №2</i>	4,16	50
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>домашняя работа</i>	4,14	20
<i>работа на занятии</i>	4,16	80
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
Выбор темы, обоснование актуальности	4,2	10
Сбор и изучение источников	4,6	20
Изложение положений исследования	4,11	40
Формулировка выводов, подготовка иллюстративной части	4,15	20
Оформление работы	4,16	10
Весовой коэффициент текущей аттестации выполнения курсовой работы/проекта– 0.6		
Весовой коэффициент промежуточной аттестации выполнения курсовой работы/проекта– защиты – 0.4		

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. Образ - имидж - бренд. Сравнение.
2. Опыт построения успешных брендов (анализ четырех кейсов).
3. Исследование архитектуры больших брендов (портфели).
4. Бренды в модной индустрии: от hot couture до mass market.

5. Бренды территорий.
 6. Способы построения индивидуальности бренда.
 7. Использование архетипов в создании индивидуальности бренда.
 8. Построение атрибутов бренда: от внешнего вида до логотипа.
 9. Опыт создания выразительного логотипа.
- 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. Бренд и брендинг.
2. Определения бренда. Бренд и торговая марка.
3. Классификация брендов.
4. Особенности брендов территорий.
5. Архитектура бренда

Примерные задания

Задание: по каким параметрам можно позиционировать город?

Физические характеристики продукта: цвет, размер, вес, мощность, называют

бренда. (заполнить пропуск)

На основе чего формулируются преимущества/выгоды бренда?

Какие 2 вида выгод (преимуществ) получает потребитель от пользования брендовым товаром?

Две отличительных характеристики бренда от торговой марки (≠Торг марке).

LMS-платформа – не предусмотрена

5.2.2. Контрольная работа № 2

Примерный перечень тем

1. Колесо бренда.
2. Способы формирования преимуществ бренда.
3. Способы определения ценности бренда.
4. Технологии построения индивидуальности бренда.
5. Использование архетипов в построении индивидуальности бренда.

Примерные задания





Определить архетип бренда по изображениям. Дать полную характеристику индивидуальности бренда.

К каким гуманитарным технологиям прибегают, чтоб определить индивидуальность («личность») бренда?

В «большой пятерке» личностных черт бренда Дж.Аакер названы компетентность (ум), надежность, изысканность (очарование, элитарность), искренность (честность, здравость), эмоциональность (страсть, энергия). Они соответствуют «большой пятерке» личностных черт человека (открытость опыту, добросовестность, экстраверсия, доброжелательность, невротизм). Найдите те 3 черты, которые являются атрибутами Героя.

LMS-платформа – не предусмотрена

5.2.3. Домашняя работа

Примерный перечень тем

1. Построение колеса бренда, который является предметом исследования в курсовом проекте.
2. Создание логотипа и фирменного стиля для бренда, который является предметом исследования в курсовом проекте.
3. Исследование бренда моды.

Примерные задания

Сценарий исследования бренда "высокой моды": 1) Название, история появления этого бренда (год организации и небольшой обзор пути развития).

- 2) На чем он специализировался при появлении.
- 3) На чем он специализируется сейчас.
- 4) Сформулируйте, за что вы его любите.
- 5) Покажите те модели, которые вам нравятся.

- 6) Попробуйте сформулировать основную идею этого бренда (чем по смыслу он отличается от других брендов).
- 7) Покажите пару рекламных постеров и одно рекламное видео этого бренда, чтоб доказать существование идеи бренда.
- 8) Что с ним происходит сегодня?

LMS-платформа – не предусмотрена

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

5.3.1. Экзамен

Список примерных вопросов

1. Различие понятий «бренд», «торговая марка», «товарный знак».
2. Понятие «брендинг». Позитивные и негативные стороны феномена брендинга.
3. Классификация брендов.
4. Понятие портфеля бренда.
5. Классификация ролей брендов внутри портфеля.
6. Материальные и нематериальные активы брендов. Понятие «бренд-премия».
7. Структура «бренд-пирамиды» («колеса» бренда).
8. Идентичность бренда: четыре составных части.
9. Индивидуальность и личность бренда.
10. Ценность бренда: соотношение выгод и издержек.
11. Атрибуты бренда.
12. Выгоды и преимущества бренда. Классификация.
13. Формулирование сущности бренда.
14. Позиционирование бренда: понятие и основные закономерности.
15. Пути продвижения бренда.
16. Работа дизайнера в брендинге.
17. Работа социолога в брендинге.

LMS-платформа – не предусмотрена

5.3.2. Курсовой проект

Примерный перечень тем

1. Создание брендбука для собственного бренда.
2. Анализ брендбука существующего бренда. Формирование листа оценок и рекомендаций.
3. Создание программы позиционирования бренда (на выбор из формирующихся и планируемых).
4. Создание программы продвижения существующего бренда.
5. Анализ города как бренда.

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	целенаправленная работа с информацией для использования в практических целях	Игровые технологии (креативные, имитационные, деловые, ролевые и др.)	ПК-4	У-4	Практические/семинарские занятия