

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**
Маркетинг в некоммерческой организации

Код модуля
1142765

Модуль
Менеджмент некоммерческой организации

Екатеринбург

Оценочные материалы составлены автором(ами):

| № п/п | Фамилия, имя, отчество | Ученая степень, ученое звание | Должность | Подразделение |
|--------------|-------------------------------|---|------------------|--|
| 1 | Забокрицкая Любовь Дмитриевна | кандидат социологических наук, без ученого звания | Доцент | социологии и технологий государственного и муниципального управления |

Согласовано:

Управление образовательных программ

И.Ю. Русакова

Авторы:

- **Забокрицкая Любовь Дмитриевна, Доцент, социологии и технологий государственного и муниципального управления**

1. СТРУКТУРА И ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ **Маркетинг в некоммерческой организации**

| | | | |
|----|--------------------------------------|--|---|
| 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 |

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ (ИНДИКАТОРЫ) ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ **Маркетинг в некоммерческой организации**

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-13 -Способен обеспечить управление маркетинговой деятельностью некоммерческой организации | З-1 - Сущность и основные элементы системы современного маркетинга, специфические особенности маркетинговой деятельности в некоммерческих организациях З-2 - Инструменты маркетинга, необходимые при принятии маркетинговых решений по коммуникационной политике организации З-3 - Основные понятия социального маркетинга; методы маркетинга социальной сферы; элементы маркетинговой культуры П-1 - Навыками применения современного маркетингового | Домашняя работа Зачет Контрольная работа Лекции Практические/семинарские занятия |

| | | |
|--|--|--|
| | инструментария для решения социальных задач, проведения маркетинговых исследований; самостоятельной разработки маркетингового плана У-1 - Анализировать маркетинговые возможности, находить оптимальные формы и методы маркетинговой работы организации | |
|--|--|--|

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 – 0.6 | | |
| Текущая аттестация на лекциях | Сроки – семестр, учебная неделя | Максимальная оценка в баллах |
| <i>домашняя работа</i> | 1 | 40 |
| <i>контрольная работа</i> | 14 | 60 |
| Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лекциям – 0.5 | | |
| Промежуточная аттестация по лекциям – зачет | | |
| Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по лекциям – 0.5 | | |
| 2. Практические/семинарские занятия: коэффициент значимости совокупных результатов практических/семинарских занятий – 0.4 | | |
| Текущая аттестация на практических/семинарских занятиях | Сроки – семестр, учебная неделя | Максимальная оценка в баллах |
| <i>контрольная работа</i> | 9 | 30 |
| <i>активная работа на занятиях</i> | 1 | 70 |
| 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 – | | |
| Текущая аттестация на онлайн-занятиях | Сроки – семестр, учебная неделя | Максимальная оценка в баллах |
| | | |
| Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по онлайн-занятиям - | | |
| Промежуточная аттестация по онлайн-занятиям – | | |
| Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по онлайн-занятиям – | | |

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 | <p>Студент демонстрирует ответственность в освоении результатов обучения на уровне запланированных индикаторов.</p> <p>Студент способен выносить суждения, делать оценки и формулировать выводы в области изучения.</p> <p>Студент может сообщать преподавателю и коллегам своего уровня собственное понимание и умения в области изучения.</p> |
|-------------------|---|

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. 1. Теоретические основы управления маркетингом; 2. Эффективность управления маркетингом; 3. Правовое регулирование маркетинговой деятельности

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. Итоговая контрольная работа по вариантам (2 варианта выполнения)

Примерные задания

1) Соотнести понятия PR-деятельности (связи с общественностью), маркетинга и SMM в НКО: выделить особенности, сходства и различия. Проанализировать особенности социально ориентированного маркетинга.

Форма выполнения работы: сравнительная таблица, письменная работа

Объем работы: 2-3 страницы А4.

2) Соотнести понятия маркетинга, рекламы и PR-деятельности (связи с общественностью) в НКО: выделить особенности, сходства и различия. Проанализировать особенности маркетинга в некоммерческой сфере.

Форма выполнения работы: сравнительная таблица

Объем работы: 2-3 страницы А4.

LMS-платформа – не предусмотрена

5.2.2. Домашняя работа

Примерный перечень тем

1. Индивидуальная домашняя работа

Примерные задания

1) Проанализировать, какие правовые аспекты стоит учитывать при запуске и ведении сайта НКО, какие авторские права нужно соблюдать?

Форма выполнения работы: письменная работа

Объем работы: 3-5 страниц А4.

2) Проанализировать инструменты для ведения и создания контента для НКО на разных онлайн площадках.

Форма выполнения работы: письменная работа

Объем работы: 3-5 страниц А4.

3) Проанализировать законодательство о рекламе в части общих требований к рекламе, особенностей отдельных способов распространения рекламы, особенностей рекламы отдельных видов товаров, а также требований антимонопольного законодательства.

Форма выполнения работы: письменная работа (обязательное условие – ссылки на нормы действующего законодательства).

Объем работы: 3-5 страницы А4.

4) Проанализировать особенности маркетинга правозащитной НКО (оказание юридических консультационных услуг для людей с инвалидностью) с использованием онлайн-технологий: сайт, социальные сети, мероприятия в онлайн-формате, почтовая электронная рассылка.

Форма выполнения работы: сравнительная таблица

Объем работы: 3-5 страниц А4

LMS-платформа – не предусмотрена

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

5.3.1. Зачет

Список примерных вопросов

1. 1. Понятие «Маркетинговой ориентации». Модели маркетинговой ориентации. 2. Особенности маркетинга в НКО. 3. Маркетинговая стратегия НКО. 4. Этапы становления маркетинговой службы в организации. Матричные структуры. 5. Управление маркетингом. Особенности маркетинга в НКО. 6. Факторы маркетинговой эффективности. Методики оценки эффективности. 7. Понятие и характеристика маркетингового контроля. 8. Понятие и характеристика маркетингового аудита. 9. Анализ приносящей доход деятельности. 10. Ключевые показатели эффективности маркетинга в НКО. 11. Источники правового регулирования маркетинговой деятельности. 12. Предпосылки становления маркетингового права. Понятие и содержание маркетингового права. 13. PR В НКО: цели, особенности. 14. Фандрайзинг в НКО. 15. Этические аспекты в маркетинговой деятельности НКО. 16. Работа с бизнесом в НКО. 17. Информационная открытость деятельность НКО. 18. Маркетинг в НКО в онлайн: продвижение сайта, социальные сети, почтовые рассылки. 19. Работы НКО со СМИ, социальная реклама. 20. Законодательство о рекламе.

LMS-платформа – не предусмотрена

5.4 Содержание контрольно-оценочных мероприятий по направлениям воспитательной деятельности

| Направление воспитательной | Вид воспитательной | Технология воспитательной | Компетенция | Результаты | Контрольно-оценочные |
|----------------------------|--------------------|---------------------------|-------------|------------|----------------------|
|----------------------------|--------------------|---------------------------|-------------|------------|----------------------|

| деятельности | деятельности | деятельности | | обучения | мероприятия |
|-----------------------------|--|---|-------|------------|---|
| Профессиональное воспитание | целенаправленная работа с информацией для использования в практических целях | Технология формирования уверенности и готовности к самостоятельной успешной профессиональной деятельности | ПК-13 | У-1 П-1 | Зачет Лекции Практические/семинарские занятия |