

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**
Этика медиа, маркетинга и рекламы

Код модуля
1157496(1)

Модуль
Деловая этика

Екатеринбург

Оценочные материалы составлены автором(ами):

№ п/п	Фамилия, имя, отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Пискунова Лариса Петровна	Кандидат философских наук	Доцент	Кафедра истории философии, философской антропологии, эстетики и теории культуры

Согласовано:

Управление образовательных программ

Е.С. Комарова

Авторы:

- Пискунова Лариса Петровна, Доцент, Кафедра истории философии, философской антропологии, эстетики и теории культуры

1. СТРУКТУРА И ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ Этика медиа, маркетинга и рекламы

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 Этика медиа, маркетинга и рекламы

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-5 -Способен использовать навыки формирования общественного мнения по актуальным этическим проблемам	З-4 - Построить методологию разработки и реализации проекта по формированию общественного мнения по актуальным этическим проблемам П-4 - Осуществлять оценку итогов реализации проекта по формированию общественного мнения по актуальным этическим проблемам с учётом специфики проблемы, целевой аудитории и ситуации У-4 - Применять методологию разработки и реализации проекта по формированию общественного мнения по актуальным этическим проблемам с учётом специфики	Зачет Контрольная работа Лекции Практические/семинарские занятия

	проблемы, целевой аудитории и ситуации	
ПК-10 -Способен использовать процедуры этического сопровождения социально значимых проектов и практик функционирования социальных институтов, профессиональных и социальных сообществ	З-3 - Классифицировать основные приёмы, теории и методологические подходы к пониманию этики медиа, маркетинга и рекламы П-3 - Формировать этические рекомендации для сопровождения маркетинговых стратегий, рекламной деятельности и медийных практик У-3 - Идентифицировать основные моральные проблемы и этические риски, связанные с управлением индивидуальным и групповым поведением и выбором посредством медиа, маркетинга и рекламы	Домашняя работа Зачет Лекции Практические/семинарские занятия

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>	7,17	100
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лекциям – 0.4		
Промежуточная аттестация по лекциям – зачет		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по лекциям – 0.6		
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>	7,17	50
<i>Работа на практических занятиях</i>	7,17	50
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. Практически/семинарские занятия

Примерный перечень тем

1. Этика бизнеса и деловых отношений
2. Философия и этика бизнеса и управления
3. Манипуляция. Коммуникация. Цифровизация поведения
4. Потребительское общество и маркетинг
5. Модели потребительского поведения
6. Специфика потребительского общества: ценности, регуляторные механизмы
7. Маркетинг, маркетинг, философия потребления, манипуляция
8. Антропология потребительского общества
9. Манипуляция потребительским поведением и сознанием человека
10. Этические и правовые аспекты рекламных коммуникаций
11. Регулирующие нормы в рекламе: этические принципы, законы, саморегулирование

Примерные задания

Задание к теме 6.

Работая в группах и основываясь на ранее пройденных материалах, подготовьте и презентуйте на семинарском занятии доклады по следующей проблеме:

- «Человек потребляющий»: ценности, характеристика

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. Правовое регулирование рекламной деятельности: мировой опыт
2. Философия, маркетинг, этика
3. Потребительское общество. Манипуляция
4. Реклама и формирование потребительских предпочтений
5. Демонстративное поведение

6. Манипуляция. Коммуникация. Цифровизация поведения

Примерные задания

Задание к теме 1.

Составьте сравнительную таблицу, в которой нужно структурировать опыт правового регулирования рекламной деятельности в различных странах (Россия, США, Великобритания, Германия, Япония и т.д.). Самостоятельно выберите 4 страны для сравнения.

LMS-платформа – не предусмотрена

5.2.2. Домашняя работа

Примерный перечень тем

1. Этические проблемы креативной экономики и трансформация общественного сознания
2. Маркетизация культуры
3. Критика политики «креативных индустрий»
4. Экономика и культура - современные экономические и социологические подходы
5. Экономика символического обмена
6. Культура как предмет инвестиций. Философия бизнеса
7. Культура и благотворительность – современные варианты культурной политики

Примерные задания

Домашнее задание к теме 2.

Подготовьте письменную работу, придерживаясь следующего плана:

- Понятие маркетинга;
- Категории маркетинга, маркетинг культуры;
- Потребительское общество и антропология потребления;
- Модели потребительского поведения;
- Демонстративное потребление.

Приведите собственный пример для каждого пункта. Ваш текст должен быть самостоятельным, наглядным и информативным.

LMS-платформа – не предусмотрена

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

5.3.1. Зачет

Список примерных вопросов

1. Анализ определений понятия маркетинг, реклама, СМИ, массовая культура: этическое измерение
2. Мировой опыт саморегулирования ИМК
3. Законодательная база ИМК: мировой опыт
4. Креативные товары – как категория материальных продуктов
5. Экономическая и культурная ценность креативных товаров

6. Отрасли, основанные на создании и использовании интеллектуальной собственности:
прагматика и мораль

7. Культурная политика и маркетизация культуры
8. Демократизация культурного творчества и массовая культура
9. Манипуляция. Коммуникация. Цифровизация поведения
10. Демонстративное поведение
11. Реклама и формирование потребительских предпочтений
12. Потребительское общество. Манипуляция
13. Философия, маркетинг, этика
14. Экономика, этика и культура - современные экономические и социологические

подход

15. Экономические аспекты культурного наследия
 16. Экономика символического обмена. Этические аспекты
 17. Культура и благотворительность – современные варианты культурной политики
 18. Правовое регулирование рекламной деятельности: мировой опыт
- 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
Формирование социально-значимых ценностей	целенаправленная работа с информацией для использования в практических целях	Технология дебатов, дискуссий	ПК-5	3-4	Практические/семинарские занятия