



ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ по дисциплине

Планирование, разработка и анализ рекламных кампаний

| | |
|--------------------------------------|---|
| Уровень высшего образования: | Бакалавриат |
| Направление подготовки: | 38.03.02 Менеджмент |
| Направленность (профиль) подготовки: | Менеджмент и маркетинг в креативных индустриях |
| Квалификация (степень): | Бакалавр |
| Форма обучения: | Очная |
| Срок освоения по данной программе: | 4 года |

1. Формы и оценочные материалы текущего контроля успеваемости, и промежуточной аттестации

В процессе и по завершению изучения дисциплины оценивается формирование у студентов следующих компетенций:

| Компетенция | Индикатор достижения компетенции | Планируемые результаты обучения по дисциплине | | |
|---|---|---|---|--|
| | | Знать | Уметь | Иметь практический опыт |
| ПК-1. Способен подготовить план и техническое задание для проведения маркетингового исследования | ИПК-1.1. Выявляет проблемы и формулирует цели при планировании маркетингового исследования | - принципы планирования рекламной деятельности; | -критически анализировать теоретические концепции; | -решения типовых задач профессиональной деятельности с использованием современных технических средств и программных решений; |
| | ИПК-1.3. Разрабатывает техническое задание для проведения маркетингового исследования на основе анализа конъюнктуры рынка товаров и услуг | -особенности разработки технического задания для проведения маркетингового исследования | -осуществлять планирование и организацию проведения, сбора и обработки маркетинговой информации; | -подготовки, реализации и обработки результатов маркетинговых исследований и рекламных кампаний; |
| | ИПК-1.4. Осуществляет подготовку и согласование плана, установление сроков и требований к проведению маркетингового исследования | - содержание процесса рекламных исследований и методов сбора информации и умеет применять их к изучению внешних рынков; | -использовать современные технические средства и информационные технологии для решения аналитических и исследовательских задач; | -аналитической работы и бизнес-планирования; |
| ПК-4. Способен организовывать проведение маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга | ИПК-4.1. Осуществляет планирование, организацию сбора и обработку первичной и вторичной маркетинговой информации | - основные инструменты комплекса маркетинга; | -управлять своим временем и ценить время других; | -выстраивания эффективных коммуникаций внутри группы. |
| | ИПК-4.2. Использует основные инструменты комплекса маркетинга при планировании, разработке и реализации маркетингового исследования | -правила организации получения обратной связи от целевой аудитории рекламных кампаний. | | |
| | ИПК-4.3 Подготавливает отчеты и рекомендации по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга | | | |

1.1. Текущий контроль успеваемости

Текущий контроль успеваемости осуществляется путем оценки результатов выполнения заданий практических (семинарских), самостоятельной работы, предусмотренных учебным планом и посещения занятий/ активность на занятиях.

В качестве оценочных средств текущего контроля успеваемости предусмотрены:

- Дискуссии в группе
- Эссе

На каждом занятии студентам предлагается обсудить изученный материал в группе по предложенным вопросам на основании подготовленных ими мини-докладов / высказываний / суждений в формате дискуссии. Выступление каждого студента по вопросу должно быть содержательным, аргументированным, опираться на материалы лекции и рекомендованной литературы. Приветствуется использование дополнительных источников. На одно высказывание отводится не более 7 минут.

Примерные темы для дискуссий:

1. Сущность и задачи рекламного менеджмента
2. Реклама как объект управления
3. Менеджмент рекламных агентств и служб
4. Планирование маркетинговых коммуникаций и принятие управленческих решений
5. Методы бюджетирования маркетинговых коммуникаций
6. Принципы разработки рекламного сообщения и управление творческими идеями
7. Медиапланирование
8. Стратегическое планирование рекламной деятельности организации
9. Подготовка и проведение рекламной кампании
10. Тактика работы со средствами массовой информации: распределение бюджета
11. Эффективность рекламной кампании и мониторинг рекламы
12. Нравственные проблемы рекламы

Эссе:

Критическое эссе на одну из тем:

- «Будет ли реклама существовать через десять лет?»
- «Электронная коммерция и открытый Интернет»
- «Новые подходы в цифровой рекламе»
- «Коммерческие медиа, что дальше?»
- «Есть ли будущее у видео и СТВ?»

Ваша работа должна быть основана на отчете WARC (2020) «Реклама в 2030 году — прогнозы экспертов о будущем рекламы». Объем - 1500 +/- 10% слов.

Описание задания:

Вам нужно будет выбрать 2 ключевых вопроса из отчета и написать авторскую статью в формально-академическом стиле. Это означает, что вам нужно будет провести обширное исследование вопросов по вашему выбору и осветить их актуальность для будущего рекламы. Однако у вас также есть возможность воплотить свои взгляды в жизнь, интерпретировать и критиковать, а также «предсказывать» то, что может быть.

Путем поиска в современных источниках (Campaign, Marketing Week, AdAge, The Guardian, The Drum, WARC и т. д.), а также обращения к соответствующим главам основной литературы вы сможете создать авторскую статью, которая должна быть критической и показывает примеры из практики, но с академической основой.

В эссе также нужно интегрировать одну из теорий, прозвучавших на лекции - на ваш выбор.

В работе необходимо использовать соответствующие цитаты и ссылки в качестве доказательства, подтверждающего вашу точку зрения. Рекомендуется использовать не менее 15 ссылок и цитат. Пожалуйста, помните, что нельзя злоупотреблять прямыми цитатами и оформляйте их в соответствии с ГОСТ Р 7.0.5-2008 “Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Библиографическая ссылка. Общие требования и правила составления”.

У работы должен быть титульный лист, страницы пронумерованы, список литературы и источников. Работа сохраняется и отправляется преподавателю в электронном виде на адрес электронной почты.

| Критерий | Описание | Вес % |
|--|---|-------|
| Презентация | Соблюдение структуры эссе и требования по объему слов - 2500 +/- 10% | 10 |
| Использование источников и оформление ссылок | Использование проверенных и качественных источников - не менее 10. Правильное оформление ссылок и цитат - в соответствии с ГОСТ Р 7.0.5-2008 “Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Библиографическая ссылка. Общие требования и правила составления” | 10 |
| Содержание | Содержание соответствует теме. Тема раскрыта. Продемонстрировано знание и понимание изученного материала и проблематики исследования. | 20 |
| Практикоориентированность | Интеграция и применение моделей/теорий, приведены примеры, кейсы, решения | 30 |
| Аналитическая составляющая | Аргументация, развитие дискуссии, глубина анализа | 30 |
| Всего | | 100 |

Критерии выставления оценок за участие в дискуссиях:

| | |
|-----------|---|
| 20 баллов | выставляется студенту, если он активен, умеет отстаивать свою точку зрения, выделяет проблему в дискуссии, четко аргументирует свой ответ |
|-----------|---|

| | |
|--------------|---|
| 19-14 баллов | выставляется студенту, если он активен, умеет отстаивать свою точку зрения, четко выделяет проблему в дискуссии. Знает теоретические основы обсуждаемой проблемы. Но допускает незначительные ошибки при определении понятий. Ошибки при обозначении достоинств и недостатков в определении «проблемного поля». |
| 13-5 баллов | выставляется студенту, если он недостаточно активен в дискуссии, допускает неточности при анализе теоретических основ проблемы, допускает ошибки при описании теорий управления, затрудняется при изложении достоинств и недостатков «проблемного поля». |
| 4-0 баллов | выставляется студенту, который пассивен в дискуссии, допускает существенные ошибки, полностью игнорирует задание. |

1.2. Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация осуществляется в форме зачета.

В качестве средств, используемых на промежуточной аттестации предусматривается:

- Тестирование.

1.3. Типовые задания для проведения промежуточной аттестации

1. Основным элементом, определяющим рекламное сообщение, является (ются):

- звук
- свет, рисунок
- изображение, текст**

2. Что необходимо сделать, прежде чем выбрать тот или иной вид рекламы:

- изучить целевую аудиторию
- определить цель рекламного мероприятия**
- изучить рынок

3. Что относится к видам основных рекламных средств:

- телереклама
- наружная реклама
- радиореклама
- все варианты верны**

4. Самое влиятельное средство рекламы:

- телевизионная реклама**
- интернет
- реклама в газетах

5. Отметьте, кто в модели речевой коммуникации является адресантом:
- а) **источник сообщения;**
 - б) получатель сообщения;
 - в) специфические обстоятельства, которые характеризуют данную коммуникацию;
 - г) то, что передается адресату.
6. Что не включает в себя набор инструментов маркетинговых коммуникаций?
- а) выставки/ярмарки;
 - б) спонсорство;
 - в) **маркетинговую информационную систему;**
 - г) рекламу.
7. Основными адресантами маркетинговых коммуникаций не являются:
- а) сотрудники данной фирмы;
 - б) действительные и потенциальные потребители (целевой рынок);
 - в) **коммуникационные шумы;**
 - г) поставщики.
8. В чем важно убедиться, для того чтобы охарактеризовать некое сообщение как рекламное?
- а) неличный характер представления и продвижения идей, товаров или услуг;
 - б) оплачиваемость сообщения заинтересованным в продаже определенным лицом;
 - в) неверно и той другое;
 - г) **верно, если первое сочетается со вторым.**
9. Характерными чертами рекламы не являются:
- а) неличная коммуникация;
 - б) **двусторонняя коммуникация;**
 - в) экспрессивность;
 - г) способность к убеждению.
10. Кто проводит рекламную кампанию при маркетинговой стратегии «вытягивания» (pull strategy) рекламную кампанию чаще всего?
- а) **производители продукции;**
 - б) торговые посредники;
 - в) производители и торговые посредники вместе;
 - г) правительство и другие общественные институты.

Критерии оценки

| | |
|--------------|--|
| 40-36 баллов | Студент безошибочно ответил на 90-100% вопросов теста. |
|--------------|--|

| | |
|--------------|---|
| 35-30 баллов | Студент безошибочно ответил на 70-89% вопросов теста. |
| 29-21 баллов | Студент безошибочно ответил на 51-60% вопросов теста. |
| 20-0 баллов | Студент безошибочно ответил менее, чем на 50% вопросов теста. |

2. Критерии оценки по дисциплине

Итоговая оценка студента по дисциплине (максимум 100 баллов) складывается из работы по данной дисциплине (текущий контроль успеваемости, максимум 60 баллов) и промежуточной аттестации (максимум 40 баллов).

| Описание работ | Максимальное количество баллов |
|---|--------------------------------|
| Выполнение форм текущего контроля успеваемости: | |
| Дискуссия в группе | 20 |
| Эссе | 40 |
| Итого текущий контроль: | 60 |
| Промежуточная аттестация: | 40 |
| Итого по всем формам контроля: | 100 |

Шкала соответствия оценок промежуточной аттестации (при проведении зачета / выставления оценки по сданной работе)

| оценка | Рейтинговая оценка |
|------------|--------------------|
| зачтено | 80–100 |
| | 70–79 |
| | 60–69 |
| | 50–59 |
| | 40–49 |
| Не зачтено | Менее 40 |

Шкала оценивания результатов промежуточной аттестации и критерии выставления оценок

| 100-балльная оценка | Европейская шкала оценки Оценка по шкале ECTS | Критерии оценки |
|---------------------|--|--|
| 80–100 | <i>A</i> | «Зачтено» — теоретическое содержание курса освоено полностью , без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены , качество их выполнения по всем критериям задания соответствует оценкам отлично или очень хорошо, задания |

| | | |
|-------|-----------------|---|
| | | выполнены без ошибок, представленная работа содержит оригинальное (или инновационное) решение либо исполнение задания или существенных элементов задания, при этом оно соответствует общим целям и задачам проекта. |
| 70–79 | <i>B</i> | «Зачтено» — теоретическое содержание курса освоено полностью , без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены , качество выполнения большинства из них оценено по критериям задания как очень хорошо или отлично. |
| 60–69 | <i>C</i> | «Зачтено» — теоретическое содержание курса освоено полностью , без пробелов, некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно , все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены , качество выполнения большинства заданий соответствует по всем критериям задания оценкам хорошо или выше , некоторые виды заданий выполнены с незначительными ошибками . |
| 50–59 | <i>D</i> | «Зачтено» — теоретическое содержание курса освоено частично , но пробелы не носят существенного характера, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнены , некоторые из выполненных заданий, возможно, содержат ошибки . Все запланированные образовательные результаты по дисциплине достигнуты, возможно, некоторые из них на минимально достаточном уровне. |
| 40–49 | <i>E</i> | «Зачтено» — теоретическое содержание курса освоено частично , некоторые или все практические навыки работы сформированы на начальном уровне , некоторые предусмотренные программой обучения учебные задания не выполнены , либо качество выполнения соответствует минимальному достаточному (зачетному) баллу , предложенные решения или исполнение содержат ошибки . Все запланированные образовательные результаты по дисциплине достигнуты, все или некоторые из них на минимально достаточном уровне. |
| 0–39 | <i>F</i> | «Не зачтено» — теоретическое содержание курса не освоено, необходимые практические навыки работы не сформированы , и / или выполненные учебные задания содержат грубые ошибки . Как минимум один из запланированных образовательных результатов не достигнут. |

Шкала соответствия оценок промежуточной аттестации в форме зачета

| | 100-балльная оценка | Европейская шкала оценки Оценка по шкале ECTS |
|------------|----------------------------|--|
| зачтено | 40–100 | E, D, C, B, A |
| не зачтено | Менее 40 | F |

Кафедра _____

Дисциплина _____

БИЛЕТ № _____

1.

2.

3.

Зав. кафедрой _____