

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Шебзухова Татьяна Александровна
Должность: Директор Пятигорского института (филиал) Северо-Кавказского
федерального университета
Дата подписания: 25.04.2024 09:13:37
Уникальный программный ключ:
d74ce93cd40e39275c3ba2f58486412a1c8ef96f

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Пятигорский институт (филиал) СКФУ

УТВЕРЖДАЮ
Зам. директора по учебной работе
Пятигорского института (филиала) СКФУ
Н.В. Данченко

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ
«Медиапланирование»

Направление подготовки	38.03.02 Менеджмент	
Направленность (профиль)	Управление бизнесом	
Год начала обучения	2024	
Форма обучения	очная	очно-заочная
Реализуется в семестре	5	6

Введение

1. Назначение: Фонд оценочных средств предназначен для проверки уровня сформированности компетенций по дисциплине «Медиапланирование» студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (направленность (профиль) «Управление бизнесом») очная и очно-заочная форма обучения.

2. ФОС является приложением к программе дисциплины «Медиапланирование»

3. Разработчик: Вирабова М.Р., доцент кафедры Экономики, менеджмента и государственного управления

4. Проведена экспертиза ФОС.

Члены экспертной группы, проводившие внутреннюю экспертизу:

Председатель Штапова И.С. – заведующий кафедрой экономики, менеджмента и государственного управления.

Члены комиссии:

Жуковская Н.П. – доцент кафедры экономики, менеджмента и государственного управления;

Куликова Е.А. - доцент кафедры экономики, менеджмента и государственного управления.

Представитель организации-работодателя: Мельников Игорь Юрьевич, генеральный директор ООО «Мелисса», г. Пятигорск

Экспертное заключение: фонд оценочных средств соответствует образовательной программе по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» направленность (профиль) «Управление бизнесом» и рекомендуется для проверки уровня сформированности компетенций.

5. Срок действия ФОС определяется сроком реализации образовательной программы.

1. Описание показателей и критериев оценивания на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Компетенция (ии), индикатор (ы)	Уровни сформированности компетенци(ий)			
	Минимальный уровень не достигнут (Неудовлетвори тельно) 2 балла	Минимальный уровень (удовлетворитель но) 3 балла	Средний уровень (хорошо) 4 балла	Высокий уровень (отлично) 5 баллов
Компетенция: ИД-1 УК-3				
Индикатор: ИД-1 ИД-1 УК-3 Способен участвовать в межличностном и групповом взаимодействии, при этом используя инклюзивный подход, эффективную коммуникацию, методы командообразования и командного взаимодействия при совместной работе в рамках поставленной задачи.	Не способен участвовать в межличностном и групповом взаимодействии и, при этом используя инклюзивный подход, эффективную коммуникаци ю, методы командообразо вания и командного взаимодействи я при совместной работе в рамках поставленной	Способен участвовать в межличностном и групповом взаимодействии, при этом используя инклюзивный подход, эффективную коммуникацию, методы командообразова ния и командного взаимодействия при совместной работе в рамках поставленной на минимальном уровне	Способен участвовать в межличностном и групповом взаимодействии , при этом используя инклюзивный подход, эффективную коммуникацию, методы командообразов ания и командного взаимодействия при совместной работе в рамках поставленной на среднем уровне	Способен участвовать в межличностном и групповом взаимодействии , при этом используя инклюзивный подход, эффективную коммуникацию, методы командообразо вания и командного взаимодействия при совместной работе в рамках поставленной на высоком уровне
Компетенция: ИД-3 ПК-8				
ИД-3. ПК – 8. Способен проводить, переговоры, совещания, деловую переписку для решения задач межличностного взаимодействия	При межличностно м взаимодействии и не умеет проводить, переговоры, совещания, вести деловую переписку	При межличностном взаимодействии умеет на минимальном уровне проводить, переговоры, совещания, вести деловую переписку	При межличностном взаимодействии умеет на среднем уровне проводить, переговоры, совещания, вести деловую переписку	При межличностно м взаимодействи и умеет на профессиональ ном уровне проводить, переговоры, совещания, вести деловую переписку

Оценивание уровня сформированности компетенции по дисциплине осуществляется на основе «Положения о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования -

программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры - в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования «Северо-Кавказский федеральный университет» в актуальной редакции

ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕРКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ

Номер задания	Правильный ответ	Содержание вопроса	Компетенция
Форма обучения очная, семестр 5, форма обучения очно-заочная, семестр 5			
1.		Тактическое медиапланирование – это..... а) составление медиапланов b) часть маркетинга, которая обеспечивает контакт целевой аудитории с рекламным сообщением c) составление расписаний показов рекламных материалов d) разработка медиарешений на каждом отдельном промежутке рекламной кампании	ИД-1 УК-3
2.		Стратегическое медиапланирование – это..... а) составление медиапланов b) часть маркетинга, которая обеспечивает контакт целевой аудитории с рекламным сообщением c) составление расписаний показов рекламных материалов d) разработка медиарешений на каждом отдельном промежутке рекламной кампании	ИД-1 УК-3
3.		Медиаплан - это..... a) подробный документ, регламентирующий сроки проведения рекламной кампании b) точное описание параметров рекламной кампании c) прогноз результата по платным рекламным инструментам d) подбор оптимальных каналов размещения рекламы и расписание показов рекламных материалов — для достижения максимальной эффективности рекламной кампании	ИД-1 УК-3
4.		Медиабриф – это..... a) краткая письменная форма, техническое задание рекламодателя (заказчика) создателю рекламной кампании b) данные для медиаплана, определяемые в самом начале разработки стратегии и	ИД-1 УК-3

		включающие сведения о сроках и географическом регионе проведения рекламной кампании, имеющемся бюджете, целевой аудитории и др. с) документ, помогающий компании правильно поставить задачу по разработке рекламного сообщения или образа товара, создание рекламного продукта (ролика, плаката и т. п.)	
5.		Креативный бриф – это..... а) краткая письменная форма, техническое задание рекламодателя (заказчика) создателю рекламной кампании б) данные для медиаплана, определяемые в самом начале разработки стратегии и включающие сведения о сроках и географическом регионе проведения рекламной кампании, имеющемся бюджете, целевой аудитории и др. с) документ, помогающий компании правильно поставить задачу по разработке рекламного сообщения или образа товара, создание рекламного продукта (ролика, плаката и т. п.)	ИД-1 УК-3
6.		Перечислите предпосылки возникновения медиапланирования	ИД-1 УК-3
7.		Дайте определение понятий «мультимедийный подход» и «синергетический эффект».	ИД-1 УК-3
8.		Назовите два подхода к медиапланированию, где они используются	ИД-1 УК-3
9.		Кто такие медиабайеры? Перечислите их обязанности	ИД-1 УК-3
10.		Дайте определение комплекса интегрированных маркетинговых коммуникаций (комплекса продвижения)	ИД-1 УК-3
11.		Дайте определения понятия «direct-mail»	ИД-1 УК-3
12.		Назовите виды продвижения	ИД-1 УК-3
13.		По каким характеристикам выбирается целевая аудитория рекламной кампании?	ИД-1 УК-3
14.		Охарактеризуйте метод Пекхэма для определения бюджета рекламной кампании	ИД-1 УК-3
15.		Охарактеризуйте метод Шроера для определения бюджета	ИД-1 УК-3

		рекламной кампании	
16.		Назовите составляющие стоимости рекламной кампании	ИД-1 УК-3
17.		Дайте характеристику стратегического медиапланирования	ИД-1 УК-3
18.		Дайте характеристику тактического медиапланирования	ИД-1 УК-3
19.		Дайте характеристику оперативного медиапланирования	ИД-1 УК-3
20.		Перечислите цели медиапланирования	ИД-1 УК-3
21.		Какой из терминов, указанных ниже, определяется как «сумма рейтингов, всех размещений рекламы, предусмотренных в медиаплане» a) GRP; b) Share; c) Frequency; d) Reach	ИД-3 ПК-8
22.		Какой из терминов, указанных ниже, определяется как «стоимость 1 пункта рейтинга»: a) Affinity b) CPP c) GRP d) Reach	ИД-3 ПК-8
23.		Потенциальной аудиторией телеканала называется аудитория: a) Всех домохозяйств данного региона, имеющих телеприемники независимо от того включены они или нет; b) Всех домохозяйств данного региона, в которых включены телеприемники; c) Всех домохозяйств данного региона, смотрящая в данный момент телеприемники; d) Вся целевая аудитория данной рекламы	ИД-3 ПК-8
24.		Анализ эффективности рекламы - это ... a) измерение степени воздействия рекламы на потребителя до или после проведения рекламной кампании; b) сумма рейтингов, рассчитанная по данной целевой аудитории; c) количество слушателей/читателей/зрителей рассматриваемого носителя рекламы; d) совокупность всех респондентов	ИД-3 ПК-8
25.		Генеральная совокупность - это... a) группа населения, из которой	ИД-3 ПК-8

		производится выборка респондентов для исследования и на которую распространяются данные исследования; b) население всей страны в целом; c) население отдельного региона, конкретного города; d) специфическая группа населения, обладающая определенными социально-демографическими параметрами	
26.		Назовите виды медиапланирования по степени точности	ИД-3 ПК-8
27.		Дайте определение понятия «медиабриф». В чем назначение данного документа	ИД-3 ПК-8
28.		Дайте определения понятия «медиасредства».	ИД-3 ПК-8
29.		В каких случаях используются вспомогательные средства распространения рекламы?	ИД-3 ПК-8
30.		Что такое СМИ сильной вовлеченности?	ИД-3 ПК-8
31.		Назовите основные функции рекламы	ИД-3 ПК-8
32.		Назовите виды медиапланирования по стадиям разработки	ИД-3 ПК-8
33.		Назовите виды рекламы по технологии производства рекламных материалов	ИД-3 ПК-8
34.		Дайте определение ATL-рекламы	ИД-3 ПК-8
35.		Перечислите методы исследования эффективности рекламы	ИД-3 ПК-8
36.		Назовите виды медиапланирования по типам целей	ИД-3 ПК-8
37.		Дайте определение понятия «медиаобсчет». В виде чего он составляется	ИД-3 ПК-8
38.		Дайте определение BTL-рекламы	ИД-3 ПК-8
39.		Когда в США и России появился термин «медиапланирование»?	ИД-3 ПК-8
40.		Дайте определение digital-рекламы	ИД-3 ПК-8

2. Описание шкалы оценивания

В рамках рейтинговой системы успеваемость студентов по каждой дисциплине оценивается в ходе текущего контроля и промежуточной аттестации. Рейтинговая система оценки знаний студентов основана на использовании совокупности контрольных мероприятий по проверке пройденного материала (контрольных точек), оптимально расположенных на всем временном интервале изучения дисциплины. Принципы рейтинговой системы оценки знаний студентов основываются на положениях, описанных в Положении об организации образовательного процесса на основе рейтинговой системы

оценки знаний студентов в ФГАОУ ВО «СКФУ».

Рейтинговая система оценки не предусмотрено для студентов, обучающихся на образовательных программах уровня высшего образования магистратуры, для обучающихся на образовательных программах уровня высшего образования бакалавриата заочной и очно-заочной формы обучения.

3. Критерии оценивания компетенций*

** в соответствии с результатами освоения дисциплины*

Оценка **«отлично»** выставляется, если студент свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний; использует в ответе дополнительный материал все предусмотренные программой задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному; анализирует полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий.

Оценка **«хорошо»** выставляется студенту, если необходимые практические компетенции в основном сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения достаточно высокое. Студент твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей.

Оценка **«удовлетворительно»** выставляется студенту, если большинство предусмотренных программой заданий выполнено, но в них имеются ошибки, при ответе на поставленный вопрос студент допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, наблюдаются нарушения логической последовательности в изложении программного материала.

Оценка **«неудовлетворительно»** выставляется студенту, если он не проявляет значительной активности в собеседовании, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями участвует в собеседовании, необходимые практические компетенции не сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий не выполнено, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к минимальному