

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
УПРАВЛЕНИЕ БРЕНДАМИ

Направление подготовки	38.03.02 Менеджмент
Направленность (профиль)	Управление бизнесом
Год начала обучения	2024 г.
Форма обучения	Очная; Очно-заочная
Реализуется в семестре	5 5

Предисловие

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

2. ФОС является приложением к программе дисциплины «Управление брендами»

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 «Мелиса», 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 компетенций			
	Минимальный уровень не достигнут (Неудовлетвор ительно) 2 балла	Минимальный уровень (удовлетворител ьно) 3 балла	Средний уровень (хорошо) 4 балла	Высокий уровень (отлично) 5 баллов
Компетенция: ПК-1				
Индикатор: ИД-1 ПК-1	Не обладает навыками проведения анализа и выявления факторов успеха фирмы, а также может обосновать стратегию развития предприятия	Обладает на минимальном уровне навыками проведения анализа и выявления факторов успеха фирмы, а также может обосновать стратегию развития предприятия	Обладает на среднем уровне навыками проведения анализа и выявления факторов успеха фирмы, а также может обосновать стратегию развития предприятия	Обладает на профессиональ ном уровне навыками проведения анализа и выявления факторов успеха фирмы, а также может обосновать стратегию развития предприятия
Компетенция: ПК-9				
ИД-1 ПК-9. Обладает навыками формирования новой бизнес-идеи на основании экономических и социальных факторов, влияющих на предприятие	Не обладает навыками формировани я новой бизнес-идеи на основании экономически х и социальных факторов, влияющих на предприятие	Обладает на минимальном уровне навыками формирования новой бизнес- идеи на основании экономических и социальных факторов, влияющих на предприятие	Обладает на среднем уровне навыками формирования новой бизнес- идеи на основании экономических и социальных факторов, влияющих на предприятие	Обладает на профессиональ ном уровне навыками формирования новой бизнес- идеи на основании экономических и социальных факторов, влияющих на предприятие

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.

Номер задания	Правильный ответ	Содержание вопроса	Компетенция
1.		Основные качества, необходимые для успешного позиционирования бренда: а) актуальность, простота, отличие, последовательность, постоянство б) креативность создателей бренда в) запоминаемость и навязчивость рекламы	ИД-1 ПК -1
2.		Сочетание названия какого-либо товара и его графического изображения, используемое для большей узнаваемости потребителем товара: а) бренд б) торговая марка в) товарная марка (товарный знак)	ИД-1 ПК -1
3.		Термин в маркетинге, символизирующий весь комплекс информации о компании, продукте или услуге: а) позиционирование б) бренд в) торговая марка	ИД-1 ПК -1
4.		Позиционирование: а) узнаваемость торговой марки б) контроль качества товарного знака в) создание для бренда такого контекста, в котором связанный с ним выбор будет восприниматься как наилучший	ИД-1 ПК -1
5.		Функциональное, социальное, ментальное и духовное измерения являются основой: а) концепции 4D-брендинга б) данных измерений в) потребительского спроса	ИД-1 ПК -1
6.		Бренд –	ИД-1 ПК -1

7.		Брендинг –	ИД-1 ПК -1
8.		Методы создания названия в Product Naming:	ИД-1 ПК -1
9.		Перечислите типы названий:	ИД-1 ПК -1
10.		Что такое Ребрендинг ?	ИД-1 ПК -1
11.		Перечислите основные задачи ребрендинга:	ИД-1 ПК -1
12.		Перечислите принципы product naming:	ИД-1 ПК -1
13.		Что такое атрибуты бренда (Brand attributes) –	ИД-1 ПК -1
14.		Что можно причислить к атрибутам бренда?	ИД-1 ПК -1
15.		Что означает Нейминг (от англ. "name" - "имя") —	ИД-1 ПК -1
16.		Приведите основные этапы нейминга:	ИД-1 ПК -1
17.		Product Naming – расшифруйте понятие -	ИД-1 ПК -1
18.		Каковы цели продвижения бренда?	ИД-1 ПК -1
19.		Капитал бренда (по Дэвиду Аакеру) –	ИД-1 ПК -1
20.		Торговая марка: в чем отличие от торгового знака?–	ИД-1 ПК -1

21.		Основные качества, необходимые для успешного позиционирования бренда: а) загадочность, эклектичность, переменчивость б) актуальность, простота, отличие, последовательность, постоянство в) запоминаемость и навязчивость рекламы	ИД-1 ПК-9
22.		Продаваемый во всем мире при сохранении целостности и единства бренд (т. е. применяется одинаковое позиционирование, один и тот же ассортимент продукции, используются одинаковая коммуникация и система распространения), называется: а) большим брендом б) глобальным брендом в) местным брендом	ИД-1 ПК-9
23.		Какое измерение бренда описывает воспринимаемую ценность продукта: а) ментальное б) функциональное в) социальное	ИД-1 ПК-9
24.		В зависимости от направлений маркетинговой деятельности (товарное, ценовое, сбытовое, сервисное или рекламное), различают: а) виды позиционирования бренда б) сервис и рекламу в) товары, цены, сбыт	ИД-1 ПК-9
25.		Термин в маркетинге, символизирующий весь комплекс информации о компании, продукте или услуге: а) логотип б) товарная марка (товарный знак) в) бренд	ИД-1 ПК-9
26.		Что означает в управлении брендами воспринимаемое качество?	ИД-1 ПК-9
27.		Какие бывают способы выражения бренда?	ИД-1 ПК-9
28.		Какие бывают модели взаимоотношений «бренд-клиент»?	ИД-1 ПК-9
29.		Что означает осведомленность о бренде?	ИД-1 ПК-9
30.		По Дэвиду Аакеру бывают несколько уровней удержания бренда в памяти. Какие?	ИД-1 ПК-9

31.		Дайте понятие Бренд-код –	ИД-1 ПК-9
32.		4Д-брендинг – бренд существует в 4-х измерениях. Мыслительное поле бренда (восприятие бренда потребителем, у любого есть некое восприятие вещей, бренд будет максимальноэффективен, если попадет в 4 измерения):	ИД-1 ПК-9
33.		Дайте определение Девиз -	ИД-1 ПК-9
34.		Перечислите основные компоненты бренд-кода?	ИД-1 ПК-9
35.		Перечислите 5 категорий потребителей:	ИД-1 ПК-9
36.		С помощью чего происходит создание ценности для фирмы?	ИД-1 ПК-9
37.		Какие самые распространённые Программы лояльности:	ИД-1 ПК-9
38.		Какие основные ошибки программ лояльности?	ИД-1 ПК-9
39.		Типы программ лояльности (Направлены только на лояльныхмклиентов):	ИД-1 ПК-9
40.		Качество взаимоотношений «бренд-клиент». В основе построения этих моделей бренд-клиент лежит построение идеальных отношений между людьми, а их можно измерить по нескольким параметрам:	ИД-1 ПК-9

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 предусмотрена для студентов, обучающихся на образовательных программах уровня высшего образования бакалавриата очно-заочной формы обучения.

3. Критерии оценивания компетенций

Оценка «зачет с оценкой» выставляется студенту, если он способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений. Оценка «зачтено»

выставляется студенту, если теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов; он исчерпывающе, последовательно, четко и логично излагает материал; свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний; использует в ответе дополнительный материал; все предусмотренные программой задания выполнены, качество их выполнения оценено на достаточно высоком уровне; анализирует полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий. Компетенция ПК-1, ПК-9 освоена на высоком уровне.

Оценка «не зачтено» выставляется студенту, если он не способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений. Зачет не выставляется студенту, если он не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы, компетенция ПК-1, ПК-9 не сформирована, большинство предусмотренных программой учебных заданий не выполнено, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к минимальному.