

Министерство культуры Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный институт культуры»
Факультет информационных, библиотечных и музейных технологий
Кафедра технологии документальных и медиакоммуникаций

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по учебной дисциплине

МЕДИАБРЕНДИНГ

Направление подготовки

42.03.05 «Медиакоммуникации»

Профиль подготовки

«Медиакоммуникации в коммерческой и социальной сферах»

Квалификация (степень)

«бакалавр»

Формы обучения:

Очная, заочная

Утверждена на заседании кафедры
Технологии документальных
коммуникаций 24.05.2022 г., протокол №
10

Составители: Муругова А. О.,
Дворовенко О. В.

Кемерово

Фонд оценочных средств

1. Перечень оцениваемых компетенций:

ПК-3 – Готов к продвижению медиапроекта и (или) медиапродукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации;

ПК-5 – Готов использовать технологии менеджмента и маркетинга, участвовать в принятии компетентных управленческих решений в функциональной профессиональной деятельности на основе применения нормативно-правовых актов.

2. Критерии и показатели оценивания компетенций

Обучающийся должен демонстрировать следующие результаты обучения по дисциплине:

Знать:

- ✓ этапы производственного процесса выпуска журналистского текста и (или) продукта (31);
- ✓ специфику различных каналов коммуникации (32);
- ✓ специфику и методы анализа аудитории (33);

Уметь:

- ✓ информировать аудиторию о публикации журналистского текста и (или) продукта с помощью релевантных онлайн- и офлайн-ресурсов (У1);
- ✓ продвигать медиапродукт с использованием современных каналов коммуникации (У2);
- ✓ использовать современные редакционные технологии в процессе выпуска медиапродукта или медиапроекта (У3);
- ✓ отслеживать реакцию целевой аудитории и принимает участие в обсуждении публикации (У4);
- ✓ корректировать свои творческие действия в зависимости от результата взаимодействия с аудиторией (У5);

Владеть:

- ✓ стилистикой и лексикой русского языка, правилами грамотной устной и письменной речи, навыками техники речи и публичного выступления (В1);
- ✓ методами продвижения медиапродукта (В2);
- ✓ методами изучения аудитории, медиапланирования и анализа публикаций (В3);
- ✓ методами организации эффективной обратной связи (В4).

3. Формируемые компетенции в структуре учебной дисциплины и средства их оценивания

№ п/п	Разделы (темы) дисциплины	Код оцениваемой компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (ЗУВ)	Оценочное средство
1.	Тема 1. Медиа и бренды: основные понятия и взаимодействие	ПК-3, ПК-5	31, У1, В1	Изучение материалов из списка дополнительной литературы. Подготовка к устному опросу.
2.	Тема 2. Медиабрендинг: ключевые понятия	ПК-3, ПК-5	31, У1, В1	Изучение материалов из списка дополнительной литературы. Подготовка к устному опросу.

3.	Тема 3. Видение, миссия, ценности как стратегические компоненты построения медиабренда	ПК-3, ПК-5	31, 32, 33; У.1, У2, У3; В1, В2	Изучение материалов из списка дополнительной литературы. Подготовка к дискуссии.
4.	Тема 4. Структура медиабренда, его формирование и развитие в пространстве	ПК-3, ПК-5	31, 32, 33; У.1, У2, У3, У4, У5; В1, В2, В3, В4	Изучение материалов из списка дополнительной литературы. Подготовка к учебному проекту.
5.	Тема 5. Стратегии медиакомпаний по управлению медиабрендами	ПК-3, ПК-5	31, 32, 33; У.1, У2, У3, У4, У5; В1, В2, В3, В4	Изучение материалов из списка дополнительной литературы. Подготовка к учебному проекту.
6.	Тема 6. Принципы разработки и составляющие эффективной платформы бренда	ПК-3, ПК-5	31, 32, 33; У.1, У2, У3, У4, У5; В1, В2, В3, В4	Изучение материалов из списка дополнительной литературы. Подготовка к учебному проекту.

4. Оценочные средства по дисциплине для текущего контроля

4.1. Описание критериев оценивания компетенций на различных уровнях их формирования

При выставлении оценки преподаватель учитывает: логику, структуру, стиль ответа; культуру речи, манеру общения; готовность к дискуссии, аргументированность ответа; уровень самостоятельного мышления; умение приложить теорию к практике, решить задачи.

Нулевой уровень («неудовлетворительно»). Результаты обучения студента свидетельствуют:

З) об усвоении им некоторых элементарных знаний, но студент не владеет понятийным аппаратом изучаемой предметной области (учебной дисциплины);

У) не умеет установить связь теории с практикой;

В) не владеет способами решения практико-ориентированных задач.

Первый уровень - пороговый («удовлетворительно»). Достигнутый уровень оценки результатов обучения студента показывает:

З) знания имеют фрагментарный характер, отличаются поверхностностью и малой содержательностью; студент раскрывает содержание вопроса, но не глубоко, бессистемно, с некоторыми неточностями;

У) слабо, недостаточно аргументированно может обосновать связь теории с практикой;

В) способен понимать и интерпретировать основной теоретический материал по дисциплине.

Второй уровень повышенный («хорошо»). Студент на должном уровне:

З) раскрывает учебный материал: даёт содержательно полный ответ, требующий незначительных дополнений и уточнений, которые он может сделать самостоятельно после наводящих вопросов преподавателя;

У) демонстрирует учебные умения и навыки в области решения практико-ориентированных задач;

В) владеет способами анализа, сравнения, обобщения и обоснования выбора методов решения практико-ориентированных задач.

Третий уровень продвинутый («отлично»). Студент, достигающий должного

уровня:

З) даёт полный, глубокий, выстроенный логично по содержанию вопроса ответ, используя различные источники информации, не требующий дополнений и уточнений;

У) доказательно иллюстрирует основные теоретические положения практическими примерами;

В) способен глубоко анализировать теоретический и практический материал, обобщать его, самостоятельно делать выводы, вести диалог и высказывать свою точку зрения.

4.2. Критерии оценивания выступления с учебным проектом

Знания, умения и навыки обучающихся определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Требования	Баллы			
	0 – неудовлетво рительно	1 – удовлетвор ительно	2 – хорошо	3 – отлично
<i>Требования к устному выступлению</i>				
– соответствует цели выступления, тема раскрыта полно				
– текст структурирован: введение, основная часть, заключение				
– свободное владение содержанием, ясное изложение				
– использование дополнительных источников, кроме рекомендованных				
– выступающий свободно и корректно отвечает на вопросы аудитории				
– выступающий поддерживает контакт с аудиторией				
– соблюдение регламента (10 минут)				
<i>Требования к презентации</i>				
– презентация служит иллюстрацией к выступлению, но не заменяет его				
– содержание презентации: отражает структуру сообщения; содержит ценную, полную, понятную информацию; ошибки и опечатки отсутствуют				
– структура презентации: наличие титульного слайда, оформлены ссылки на использованные источники				

– текст на слайде: представляет собой опорный конспект (ключевые слова, маркированный или нумерованный список), без полных предложений; важная информация выделена цветом, размером, эффектами анимации и т. д.				
– иллюстрации: раскрывают тему, не отвлекают от содержания; хорошего качества, с четким изображением				
– дизайн и настройка: оформление слайдов соответствует теме, не препятствует восприятию содержания; единый шаблон оформления; текст легко читается; презентация не перегружена мультимедийными эффектами				
Общее количество баллов				

Шкала оценивания: знания, умения и навыки обучающихся в результате выступления с электронной презентацией оцениваются формами – «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Шкала перевода баллов в оценки

Максимальное количество баллов 40:

- 40-36 – «отлично»
- 35-29 – «хорошо»
- 28-22 – «удовлетворительно»
- 21 и ниже – «неудовлетворительно»

4.3. Критерии оценивания практических работ

В ходе освоения дисциплины предусмотрено 10 практических работ (24 часа). Описания практических работ представлены в электронном учебно-методическом комплексе дисциплины, размещенном на сайте «Электронная образовательная среда КемГИК»).

Критерии оценивания:

- **5 баллов** ставится в том случае, если:

выполнены все задания в практической работе, обучающийся обнаруживает полное понимание материала, соблюдает требования к представлению результатов выполнения заданий практической работы;

- **4 балла** ставится в том случае, если:

выполнены все задания в практической работе, обучающийся соблюдает требования к представлению результатов выполнения заданий практической работы, однако допускает единичные ошибки, неточности;

- **2 балла** ставится в том случае, если:

выполнена большая часть заданий в практической работе, обучающийся знает и понимает основные положения данной темы, но допускает единичные ошибки; студент в целом соблюдает требования к представлению результатов выполнения заданий практической работы, но допускает единичные неточности;

- **1 балл** ставится в том случае, если:

выполнено меньше половины заданий практической работы, задания выполнены не в полном объеме или допущены ошибки, неточности, обучающийся нарушает требования к представлению результатов выполнения заданий практической работы;

- **0 баллов** ставится в том случае, если:
практическая работа не выполнена.

Максимальное количество баллов составляет 50.

5. Оценочные средства по дисциплине для промежуточной аттестации

5.1. Вопросы к зачету

Обязательным условием получения зачета является выполнение всех практических заданий по курсу, защита доклада и прохождение тестовых заданий. Среднее арифметическое значение всех полученных оценок в ходе текущей аттестации может служить основанием для зачета.

В тестовом задании представлены вопросы, которые имеют закрытый и открытый характер.

Вопрос	Ответ
1. Что помогают сформулировать 4 следующих вопроса: <i>1. Для кого? –определение целевой группы потребителей, для которой создается брэнд</i> <i>2. Зачем? –выгода потребителя, которую он получит в результате приобретения именно этого брэнда</i> <i>3. Для какой цели (для какого использования?) нужен именно этот брэнд</i> <i>4. Против какого конкурента?</i> А) Потребительский спрос Б) Позиционирование бренда В) Популярность торговой марки Г) Качество товарного знака	Б) Позиционирование бренда
2. Дополните фразу: Прямое сравнение, сравнение с усредненным товаром, сравнение с устаревшей моделью, сравнение с целой товарной категорией, искусственное сравнение, сравнение с самим собой применяются для того, чтобы подчеркнуть...	преимущества бренда
3. 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) местным брендом Б) глобальным брендом В) популярным брендом Г) большим брендом	Б) глобальным брендом
4. Дополните фразу: Процесс создания индивидуальных черт, изменения их для достижения максимальной эффективности, а также составление планов антикризисного управления брендом в случае необходимости называется...	управление брендом
5. Социально–демографическими, психографическими, поведенческими критериями при разработке бренда пользуются для того, чтобы... А) провести социологический анализ. Б) сегментировать рынок. В) захватить мировой рынок. Г) захватить локальный рынок.	Б) сегментировать рынок.

<p>6. К какому виду относится данный бренд: Смысл его заключается в выпуске разнохарактерного товара под одним именем. Он продуктивен при выпуске нового вида товара или же при развитии нового бренда. Это весьма заманчиво и перспективно, так как воспользоваться уже популярным брендом легче, нежели создавать что-то новое, да и успех предопределен. На ранних этапах базовый бренд поддерживает новый для уверения покупателя в качестве товара. В дальнейшем он сам завоевывает своих покупателей. Возможно, базовый бренд сохраняется в виде адреса и названия фирмы, чего зачастую хватает для покупателей, которые осведомлены на счет данного бренда. В некоторых случаях базовый бренд сохраняется как часть общей брендинговой кампании и даже может составлять часть нового брендингового имени.</p> <p>А) Бренд с расширением Б) Зонтичный бренд В) Лайн-бренд Г) Товарный бренд</p>	Б) Зонтичный бренд
<p>7. Выберите один из подходящих под описание характеристик бренда: цена продукта выше средней по товарной категории.</p> <p>А) Бренд эконом-класса Б) Частная марка В) Семейный бренд Г) Бренд премиум-класса</p>	Г) Бренд премиум-класса
<p>8. Управление портфелем брендов заключается в... А) развитии каждого бренда в отдельности Б) создании четкой и понятной архитектуры брендов, то есть структуры и взаимоотношения брендов внутри портфеля брендов В) и в том, и в другом.</p>	В) и в том, и в другом.
<p>9. Дополните фразу: Сочетание названия какого-либо товара и его графического изображения, используемое для большей узнаваемости потребителем товара, –</p>	товарная марка (товарный знак)
<p>10. Мастер бренды, Бренды престижа, Супербренды, Глокальные бренды относятся к ... А) локальным брендам. Б) международным брендам. В) местным брендам. Г) трансатлантическим брендам.</p>	Б) международным брендам.

Шкала оценивания:

Тестирование обучающихся проводится после изучения дисциплины в соответствии с настоящей программой и является обязательным для всех студентов. Тесты включены в учебно-методический комплекс дисциплины, размещенный в «Электронной образовательной среде КемГИК».

Тесты включают 10 тестовых заданий. Результаты тестирования оцениваются в баллах в соответствии со следующими критериями:

- 100-90% (10-8 правильных ответов) - «отлично»;
- 89-75% (7-5 правильных ответов) - «хорошо»;
- 74-60% (4-3 правильных ответов) - «удовлетворительно»;
- ниже 60% (2 и менее правильных ответов) - «неудовлетворительно».

5.2 Методика и критерии оценки результатов обучения по дисциплине

Зачет по дисциплине принимается в форме собеседования (по вопросам), в ходе которого определяется уровень усвоения обучающимися материала, предусмотренного рабочей программой дисциплины.

Общие правила оценки успеваемости обучающегося в течение семестра

<i>Виды работ</i>	<i>Количество баллов</i>
Практические работы	Максимум $10 \times 5 = 50$ баллов
Подготовка и защита проекта	Максимум 40 баллов
Тестирование	Максимум 10 баллов
<i>Итого:</i>	Максимум – 100 баллов

Критерии оценивания: знания, умения и навыки обучающихся при промежуточной аттестации в форме зачета определяются формами – «зачтено», «не зачтено».

«Зачтено» выставляется, если обучающийся достиг уровней формирования компетенций: продвинутый, повышенный, пороговый – обучающийся при ответе демонстрирует знание лекционного материала, базового учебника, дополнительной учебной и научной литературы, логично выстраивает свой ответ, владеет культурой устной речи, уверенно использует профессиональную лексику, приводит разные точки зрения по излагаемому вопросу.

«Не зачтено» соответствует нулевому уровню формирования компетенций – обучающийся отвечает неуверенно, в ответе обнаруживаются пробелы в знаниях основного учебного материала, слабо использует профессиональную лексику, затрудняется в приведении примеров, допускает принципиальные ошибки в объяснении.

Шкала перевода баллов в оценки

Уровень формирования компетенции	Оценка	Минимальное количество баллов	Максимальное количество баллов
Продвинутый, повышенный, пороговый	Зачтено	60	100
Нулевой	Не зачтено	0	60