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.

## Критерии и показатели оценивания компетенций

Обучающийся должен демонстрировать следующие результаты обучения по дисциплине:

## Знать:

* этапы производственного процесса выпуска журналистского текста и (или) продукта (З1);
* специфику различных каналов коммуникации (З2);
* специфику и методы анализа аудитории (З3);

### 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).

## 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 | З1,  У1,  В1 | Изучение материалов из списка дополнительной литературы. Подготовка к устному опросу. |
| 2. | Тема 2. Медиабрендинг: ключевые понятия | ПК-3, ПК-5 | З1,  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 | З1, З2, З3;  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 | З1, З2, З3;  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 | З1, З2, З3;  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 | З1, З2, З3;  У.1, У2, У3, У4,  У5; В1, В2, В3, В4 | Изучение материалов из списка дополнительной литературы. Подготовка к учебному проекту. |

1. **Оценочные средства по дисциплине для текущего контроля**

### 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 поверхностью 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.

* 1. **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 |
| ***Требования к устному выступлению*** | |  | |  |
| – 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) |  |  |  |  |
| ***Требования к презентации*** | |  | |  |
| ‒ 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.***

1. **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:  *1. Для кого? –определение целевой группы потребителей, для которой создается брэнд*  *2. Зачем? –выгода потребителя, которую он получит в результате приобретения именно этого брэнда*  *3. Для какой цели (для какого использования?) нужен именно этот брэнд*  *4. Против какого конкурента?*  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 |
| 1. 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. |
| 1. 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.*  А) Бренд с расширением  Б) Зонтичный бренд  В) Лайн-бренд  Г) Товарный бренд | Б) Зонтичный бренд |
| 1. Выберите один из подходящих под описание характеристик бренда: *цена продукта выше средней по товарной категории.*   А) Бренд эконом-класса  Б) Частная марка  В) Семейный бренд  Г) Бренд премиум-класса | Г) Бренд премиум-класса |
| 8. Управление портфелем брендов заключается в…  А) развитии каждого бренда в отдельности  Б) создании чёткой и понятной архитектуры брендов, то есть структуры и взаимоотношения брендов внутри портфеля брендов  В) и в том, и в другом. | В) и в том, и в другом. |
| 9. Дополните фразу: *Сочетание названия какого-либо товара и его графического изображения, используемое для большей узнаваемости потребителем товара, –* | товарная марка (товарный знак) |
| 10. Мастер бренды, Бренды престижа, Супербренды, Глокальные бренды относятся к …  А) локальным брендам.  Б) международным брендам.  В) местным брендам.  Г) трансатлантическим брендам. | 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

|  |  |
| --- | --- |
| *Виды работ* | *Количество баллов* |
| Практические работы | Максимум 10 × 5 = 50 баллов |
| Подготовка и защита проекта | Максимум 40 баллов |
| Тестирование | Максимум 10 баллов |
| *Итого:* | Максимум – 100 баллов |

***Критерии оценивания: з***нания, 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 |