

Приложение 2 к РПД
Б1.В.05.06 Цифровые технологии ивент-маркетинга
39.03.01 Социология

Направленность (профиль) Цифровая и экспертно-аналитическая социология
Форма обучения - очная
Год набора - 2022

ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

1. Общие сведения

1.	Кафедра	Философии и социальных наук
2.	Направление подготовки	39.03.01 Социология
3.	Направленность (профиль)	Цифровая и экспертно-аналитическая социология
4.	Дисциплина (модуль)	Б1.В.05.06 Цифровые технологии ивент-маркетинга
5.	Форма обучения	очная
6.	Год набора	2022

2. Перечень компетенций

ПК-2: Способен подготовить проектное предложение для проведения социологического исследования (самостоятельно или под руководством)

3. Критерии и показатели оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Этап формирования компетенции (разделы, темы дисциплины)	Формируемая компетенция	Критерии и показатели оценивания компетенций			Формы контроля сформированности и компетенций
		Знать:	Уметь:	Владеть:	
Введение в событийный маркетинг, классификация событий	ПК-2	- теоретические аспекты событийного маркетинга; - принципы существования и динамического развития рекламного рынка в России и за рубежом	- анализировать ивенты (события)	- навыками организации и процесса создания ивента (события)	устное выступление с докладом, рефератом, на семинарах; подготовка презентации; участие в дискуссии; тест
Цифровые инструменты событийного маркетинга, планирование события	ПК-2	- принципы управления ивентом (событием).	- применять на практике технологии планирования и реализации ивента	- технологиями проведения и менеджмента ивентами	устное выступление с докладом, рефератом, на семинарах; подготовка презентации; участие в дискуссии;

			(события)	(событиями); (события)	тест
Продвижение события, оценка эффективности события	ПК-2	- критерии оценки эффективности ивента (события)	- анализировать и оценивать эффективность ивента (события)	- навыками продвижения события	устное выступление с докладом, рефератом, на семинарах; подготовка презентации; участие в дискуссии; тест

4. Критерии и шкалы оценивания

4.1 Критерии оценки устного выступления студентов с докладом, рефератом, на семинарах

Баллы	Характеристики ответа студента
5	<ul style="list-style-type: none"> - студент глубоко и всесторонне усвоил проблему; - уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает; - опираясь на знания основной и дополнительной литературы, тесно привязывает усвоенные научные положения с практической деятельностью; - умело обосновывает и аргументирует выдвигаемые им идеи; - делает выводы и обобщения; - свободно владеет понятиями
4	<ul style="list-style-type: none"> - студент твердо усвоил тему, грамотно и по существу излагает ее, опираясь на знания основной литературы; - не допускает существенных неточностей; - увязывает усвоенные знания с практической деятельностью; - аргументирует научные положения; - делает выводы и обобщения; - владеет системой основных понятий
3	<ul style="list-style-type: none"> - тема раскрыта недостаточно четко и полно, то есть студент усвоил проблему, по существу излагает ее, опираясь на знания только основной литературы; - допускает несущественные ошибки и неточности; - испытывает затруднения в практическом применении знаний; - слабо аргументирует научные положения; - затрудняется в формулировании выводов и обобщений; - частично владеет системой понятий
2	<ul style="list-style-type: none"> - студент не усвоил значительной части проблемы; - допускает существенные ошибки и неточности при рассмотрении ее; - испытывает трудности в практическом применении знаний; - не может аргументировать научные положения; - не формулирует выводов и обобщений; - не владеет понятийным аппаратом

4.2 Критерии оценки презентации

Структура презентации	Максимальное количество баллов
Содержание	
Сформулирована цель работы	0,5
Понятны задачи и ход работы	0,5
Информация изложена полно и четко	0,5
Иллюстрации усиливают эффект восприятия текстовой части информации	0,5
Сделаны выводы	0,5
Оформление презентации	
Единый стиль оформления	0,5
Текст легко читается, фон сочетается с текстом и графикой	0,5
Все параметры шрифта хорошо подобраны, размер шрифта оптимальный и одинаковый на всех слайдах	0,5
Ключевые слова в тексте выделены	0,5
Эффект презентации	
Общее впечатление от просмотра презентации	0,5
Мах количество баллов	5

4.3 Критерии оценки участия студента в дискуссии

Наименование критерия	Баллы
Профессиональная, грамотная речь	1
Новизна и неординарность идеи	1
Краткость и четкость изложения своих мыслей	1
Этика ведения дискуссии	1
Активность участия	1
Мах количество баллов	5
Штрафные баллы (нарушение правил ведения дискуссии, некорректность поведения и т.д.)	1 балл за одно нарушение

4.4 Критерии оценки выполнения теста

Количество баллов за один правильный ответ	1
Мах количество баллов	20

4.5 Рекомендации по оцениванию ответа студента на зачете

Ответ на один вопрос оценивается от 0 до 20 баллов

Баллы за ответ на 1 вопрос	Характеристики работы студента
15-20	<ul style="list-style-type: none"> - студент глубоко и всесторонне осветил проблематику вопроса; - уверенно, логично, последовательно и грамотно излагает материал, практически не прибегая к опорному конспекту; - студент не допускает неточностей в ответе; - умело обосновывает и аргументирует выдвигаемые им положения;

	<ul style="list-style-type: none"> - делает самостоятельные выводы и обобщения; - свободно владеет понятиями -свободно отвечает на доп. вопросы, демонстрируя достаточно глубокое понимание материала.
10-15	<ul style="list-style-type: none"> - студент достаточно полно осветил проблематику вопроса; - студент не допускает неточностей в ответе; - уверенно, логично, последовательно и грамотно излагает материал, только время от времени прибегая к опорному конспекту, подготовленному во время подготовки к экзамену; - обосновывает и аргументирует выдвигаемые им положения; - пытается делать самостоятельные выводы и обобщения; - свободно владеет понятиями - студент не испытывает трудностей при ответе на доп. вопросы, которые должны демонстрировать понимание материала, ответы в целом удовлетворительные
5-10	<ul style="list-style-type: none"> - студент в целом осветил проблематику вопроса; - студент допускает отдельные неточности в ответе; - уверенно, логично, последовательно и грамотно излагает материал, только с помощью опорного конспекта, подготовленного во время подготовки к экзамену, испытывает серьёзные трудности при продолжительном отрыве от него; - пытается аргументировать выдвигаем им положения; - пытается делать выводы и обобщения; - владеет основными понятиями - студент пытается отвечать на доп. вопросы, которые должны демонстрировать понимание материала, но испытывает трудности при ответе
1-5	<ul style="list-style-type: none"> - студент слабо осветил проблематику вопроса; - студент допускает неточности в ответе; - излагает материал, только с помощью опорного конспекта, подготовленного во время подготовки к экзамену, не может изложить больше 1-2 предложений по теме без отрыва от конспекта; - не пытается делать выводы и обобщения; - слабо владеет понятиями; - студент не отвечает на доп. вопросы, которые должны демонстрировать понимание материала ИЛИ отвечает не верно.
0	<ul style="list-style-type: none"> - ответ отсутствует. - ответ не имеет никакого отношения к содержанию вопроса.

5. Типовые контрольные задания и методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.

5.1 Типовые тестовые задания

1. Метод сбора первичной информации это:

1. эксперимент
2. работа с научной литературой
3. работа со статистическими данными
4. работа с документацией предприятия

2. Участие в международных выставках позволяет:

1. снизить издержки производства

2. привлечь внимание широкой общественности к достижениям фирмы - создать свой имидж, заключать контракты
 3. стимулировать деловых партнеров
 4. определить эффективность рекламы
3. Несохранимость услуги является проблемой для фирм сферы услуг в условиях:
1. постоянного спроса
 2. колебания спроса на услуги
 3. колебания предложения услуг
 4. равновесия между спросом и предложением на услуги
4. Атрибутом позиционирования является:
1. количество сотрудников на предприятия
 2. цена
 3. мощность предприятия
 4. широта ассортимента выпускаемой продукции
5. К услугам более применимы следующие средства стимулирования:
1. реклама
 2. пропаганда
 3. стимулирование сбыта
 4. личная продажа
6. Нужда становится мотивом совершения покупки, когда:
1. человек удовлетворяет ее
 2. она достигает максимального уровня
 3. в процессе ее удовлетворения
 4. с момента ее появления
7. Стратегия диверсификации это:
1. проникновение на новые рынки со старым товаром
 2. проникновение на новые рынки с новым товаром
 3. включение в производственную программу продуктов, которые не связаны с прежней деятельностью предприятия
- 8 - Тест. Эффективность «Директ мэйл» составляет:
1. 10 %
 2. 20 %
 3. 15 %
 4. 7 %
9. В случае, если потребители знают только название товара, они находятся в состоянии:
1. неосведомленности
 2. осведомленности
 3. благорасположения
 4. знания
10. Позиционирование рынка это -:
1. определение места для своего товара в ряду аналогов
 2. сегментирование рынка
 3. широкомасштабная рекламная кампания

Ключ

1. 4
2. 2
3. 4
4. 1
5. 1
6. 1
7. 3
8. 3

9. 1

10. 1

5.2 Типовые задания для создания презентаций

1. Специфика метода ивент-маркетинга.
2. Эффективность ивент-маркетинга по сравнению с другими маркетинговыми методами.
3. Критерии эффективности мероприятия

5.3 Типовые задания (примерные темы) для устного выступления с докладом, рефератом, на семинарах

1. Прямой маркетинг на службе у событийного маркетинга
2. Телемаркетинг на службе у событийного маркетинга
3. Мобильный маркетинг на службе у событийного маркетинга

5.4 Типовые задания для проведения дискуссии

- «Подходы к типологизации событий»
- «Технологии событийного маркетинга»
- «Маркетинговая эффективность мероприятий»
- «Возможности и ограничения применения различных технологий ивент-маркетинга»

5.5 Примерный перечень вопросов к зачету

1. Подходы к определению события.
2. Определение и изучение событий.
3. Терминология событий.
4. Перспективы сферы событий.
5. Типология событий: религиозные, корпоративные, коммерческие/бизнес, культурные, музыкальные, спортивные, политические/государственные, личные.
6. Локальные и массовые события.
7. Технологии событийного маркетинга.
8. Прямой маркетинг, телемаркетинг, мобильный маркетинг на службе у событийного маркетинга.
9. Стадии процесса планирования: идея и предложение, исследование выполнимости, цели и задачи события, требования/условия выполнения, план выполнения, мониторинг и оценка.
10. Основные составляющие концепции события.
11. Программа события.
12. Паспорт события
13. Способы продвижения события.
14. Маркетинговая эффективность мероприятий.
15. Цели маркетинговых мероприятий при организации события.
16. Преимущества применения событийного маркетинга.
17. Расчет бюджета мероприятия.
18. Определение потенциальных спонсоров и инвесторов и разработка стратегии привлечения их капитала.
19. Реализация целей события.
20. Определение эффектов мероприятия