

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И
ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ»**

Алтайский филиал

УТВЕРЖДЕНО

Решением Ученого совета
Алтайского филиала РАНХиГС

Протокол № 8 от 29 апреля 2021 года

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«Медиаменеджмент и связи с общественностью в государственных и бизнес-
структурах»

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.04 Медиамаркетинг и медиаменеджмент

Магистр

(уровень образования)

42.04.05 Медиакоммуникации

(код, наименование направления подготовки/специальности)

Год набора - 2022

Барнаул, 2021 г.

Автор—составитель:

к.и.н., доцент кафедры государственного и муниципального управления, В.Н. Ильин

И.о. заведующего кафедрой медиакоммуникаций, русского языка и риторики,
к.фил.н. Шмаков Артем Алексеевич

Показатели и критерии оценивания компетенций с учетом этапа их формирования

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
УК-3	Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	УК-3.2	Способен использовать основные методы менеджмента и стратегического планирования, применяемые в сфере медиа, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели
ПК-1	Способен проводить прикладные исследования в сфере медиа на основе самостоятельно разработанной или адаптированной методологии и методики	ПК-1.1	Способен определять поле исследования, разрабатывать или адаптировать методологию собирать и анализировать информацию, применяя избранную методику, и формулировать концепцию научного исследования и полученные результаты.
		ПК-1.2	Способен разрабатывать или адаптировать методологию собирать и анализировать информацию, применяя избранную методику, и формулировать концепцию научного исследования и полученные результаты.

Компонент компетенции	Индикатор оценивания	Критерий оценивания
УК-3.2	Способен использовать основные методы менеджмента и стратегического планирования, применяемые в сфере медиа, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	Успешно использует основные методы менеджмента и стратегического планирования, применяемые в сфере медиа, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели
ПК-1.1	Способен определять поле исследования, разрабатывать или адаптировать методологию собирать и анализировать информацию, применяя избранную методику, и формулировать концепцию научного	Знает основные теоретические приемы креативного мышления, маркетинга и менеджмента в медиасфере, тренды трансформации медиасистем и ее составляющих, а также подходы к исследованию разных сторон и направлений функционирования современных медиа-организаций; владеет навыками маркетинговых

Компонент компетенции	Индикатор оценивания	Критерий оценивания
	исследования и полученные результаты.	исследований спроса и предложений на медиапродукты, анализа успешных медиапроектов.
ПК-1.2	Способен разрабатывать или адаптировать методологию собирать и анализировать информацию, применяя избранную методику, и формулировать концепцию научного исследования и полученные результаты.	Знает основные теоретические приемы креативного мышления, маркетинга и менеджмента в медиасфере, тренды трансформации медиасистем и ее составляющих, а также подходы к исследованию разных сторон и направлений функционирования современных медиа-организаций; владеет навыками маркетинговых исследований спроса и предложений на медиапродукты, анализа успешных медиапроектов.

УК-3.2 Способен использовать основные методы менеджмента и стратегического планирования, применяемые в сфере медиа, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели

1. Задание с выбором из нескольких ответов (множественный выбор): стр.5 РПД

Выберите один верный ответ. Дополнительное финансирование проектной деятельности организации относится к _____ методам менеджмента.

1. экономическим
2. социально-психологическим
3. административным
4. правильного ответа нет

Ответ: 1

2. Задание на установление соответствия: стр.5 РПД

Соотнесите название теории мотивации персонала в менеджменте с автором данной теории.

1. А. Маслоу	А. двухфакторная теория мотивации
2. Ф. Герцберг	Б. теория Х и Y
3. Д. Макгрегора	В. теория ожиданий
4. В. Врум	Г. теория иерархии человеческих потребностей

Ответ: 1Г 2А 3Б 4В

3. Задание на установление правильной последовательности: стр.5 РПД

Определите последовательность этапов стратегического планирования

1. формулирование целей
2. разработка стратегии
3. анализ внешней и внутренней среды
4. определение миссии

Ответ: 4132

4. Задание с развернутым ответом: стр.5 РПД

Перечислите минимум три фактора внутренней среды, характерные для любой организации.

Эталонный ответ: Цели, задачи, технологии, структура, персонал, ресурсы, производство. Позиционирование.

Критерий оценки задания с развернутым ответом: Ответ обучающегося оценивается, исходя из его полноты, четкости, информационной насыщенности ответа, приведено минимум три фактора.

5. Задание на дополнение: стр.5 РПД

Вставьте пропущенное словосочетание:

_____ - это сбор, обработка и анализ данных с целью уменьшения неопределенности при принятии маркетинговых решений.

Ответ: маркетинговые исследования

ПК-1.1 Способен выявлять поле для исследований, используя навыки креативного мышления и отбирая соответствующие инструменты

6. Задание с выбором из нескольких ответов (множественный выбор): стр.5 РПД

Укажите один правильный ответ. К внекабинетным (полевым) методам исследования рынка относятся:

1. анализ тенденций развития рынка по официальным печатным источникам
2. анализ информационно-справочной и нормативной литературы
3. выработка рабочей гипотезы для целей дальнейшего исследования
4. выборочное и сплошное наблюдение, опрос потребителей

Ответ: 4

7. Задание на установление соответствия: стр.5 РПД

Заполните таблицу, разместив в ней следующие факторы:

1. еда
2. общение
3. салат «Цезарь»
4. мобильный телефон
5. книги и газеты
6. информация

А. нужда	Б. потребность

Ответ: А126 Б345

8. Задание на установление правильной последовательности: стр.5 РПД

Определите последовательность этапов алгоритма маркетингового исследования:

1. разработка концепции сбора данных
2. анализ собранных данных
3. определение проблемы
4. подготовка и презентация отчета

Ответ: 3124

9. Задание с развернутым ответом: стр.5 РПД

На какие маркетинговые факторы организация не может влиять? Приведите минимум три.

Ответ: Организация не может влиять на такие факторы внешней среды, как политические, экономические, социально-демографические, культурные, природно-географические и климатические, НТП, конкуренты, поставщики, посредники, потребители, контактные аудитории, рынок труда. Организация может только подстраиваться под эти факторы.

Критерий оценки задания с развернутым ответом: Ответ обучающегося оценивается, исходя из его полноты, четкости, информационной насыщенности ответа, приведено минимум три фактора.

10. Вставьте пропущенное слово: стр.5 РПД

«_____» – это однонаправленная форма неличной коммуникации, осуществляемая на платной основе с целью привлечения внимания к объекту. Это слово» произошло от латинского языка и означает «утверждать, восклицать, выкрикивать, взывать»

Ответ: реклама

ПК-1.2 Способен определять поле исследования, разрабатывать или адаптировать методологию собирать и анализировать информацию, применяя избранную методику, и формулировать концепцию научного исследования и полученные результаты.

11. Задание с выбором из нескольких ответов (множественный выбор): стр.5 РПД

Какие из перечисленных факторов относятся к внутренней маркетинговой среде?

1. экономические факторы
2. персонал
3. потребители
4. политические факторы

Ответ: 2

12. Задание на установление соответствия: стр.5 РПД

Заполните таблицу (впишите под каждой функцией маркетинга соответствующие виды маркетинговой деятельности)

1. разработка товаров рыночной новизны
2. проведение рекламной кампании
3. анализ внешней среды организации
4. проведение PR-акции
5. анкетирование потребителей
6. управление качеством

Функции маркетинга		
А. Исследовательская	Б. Производственная	В. Сбытовая

Ответ: А35 Б16 В24

13. Задание на установление правильной последовательности: стр.5 РПД

Определите последовательность этапов реализации концепции маркетинга

1. проведение маркетинговых исследований
2. сбыт (продвижение на рынок)
3. производство товаров или услуг, отвечающих потребностям целевой аудитории
4. определение миссии

Ответ: 4132

14. Задание с развернутым ответом: стр.5 РПД

Назовите основные факторы маркетинговой среды, необходимые для проведения SWOT-анализа. Перечислите минимум три фактора.

Ответ. SWOT-анализ – это комплексный универсальный анализ факторов внутренней и внешней среды. Для его проведения необходимы факторы внешней среды, такие как политические, экономические, социально-демографические, культурные, природно-географические и климатические, НТП, конкуренты, поставщики, посредники, потребители, контактные аудитории, рынок труда. А также необходимы такие факторы внутренней среды, как цели, задачи, технологии, структура, персонал, ресурсы, производство, позиционирование.

Критерий оценки задания с развернутым ответом: Ответ обучающегося оценивается, исходя из его полноты, четкости, информационной насыщенности ответа, приведено минимум три фактора.

15. Вставьте пропущенное слово: стр.5 РПД

«_____» - это разделение рынка на группы покупателей, обладающих схожими характеристиками, с целью изучения их реакции на тот или иной товар/услугу

Ответ: сегментирование