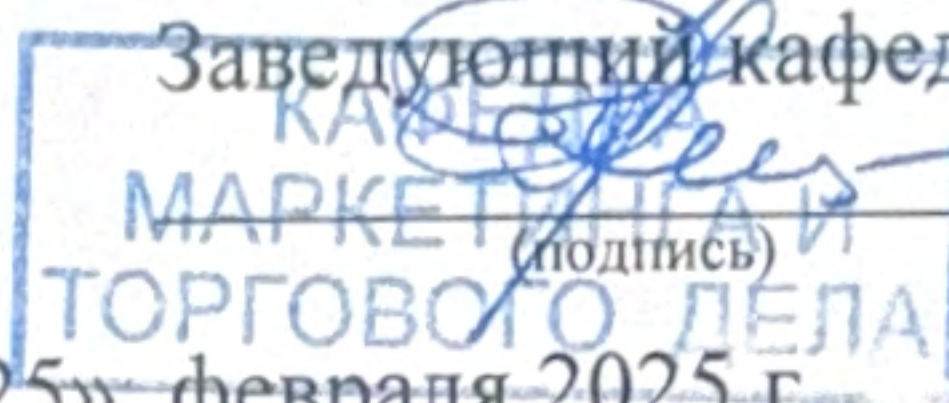


**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ЭКОНОМИКИ И ТОРГОВЛИ
ИМЕНИ МИХАИЛА ТУГАН-БАРАНОВСКОГО»**

Кафедра маркетинга и торгового дела

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой



И. М. Рвачева

«25» февраля 2025 г.

Б1.В.ДВ.04.01 РАЗРАБОТКА И РЕАЛИЗАЦИЯ VTL-АКЦИЙ

Укрупненная группа 38.00.00 Экономика и управление
Программа высшего образования- программа магистратуры
Направление подготовки 38.04.01 Экономика
Магистерская программа: Рекламный бизнес
Факультет Маркетинга и торгового дела
Курс, форма обучения :
I курс очная форма обучения

I курс заочная форма обучения

Разработчик:

А.А. Криковцев

ОМ рассмотрены и утверждены
на заседании кафедры от «25» февраля 2025 г.,
протокол № 16

Донецк 2025 г.

1. Паспорт оценочных материалов по учебной дисциплине «Разработка и реализация BTL-акций»

Перечень компетенций, формируемых в результате освоения учебной дисциплины:

№ п/п	Код контроли- руемой компетенции	Формулировка контролируемой компетенции	Контролируемые разделы (темы) учебной дисциплины (модуля)	Этапы формирования (семестр изучения)	
				очная форма обучения	заочная форма обучения
1	2	3	4	5	6
	ПК-4	Разработка и реализация маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга	Тема 1. История возникновения и значения BTL Тема 2. Структура BTL Тема 3. Перспективы развития BTL-сервиса Тема 4. Стимулирование и формирование сбыта среди покупателей, посредников Тема 5. POS-материалы, их формирование и размещение в торговом зале. Тема 6. Партизанский маркетинг и его использование. Тема 7. Понятие и применение мерчендайзинга Тема 8. Понятие и применение прямого маркетинга. Его имплементация в BTL- сервисе. Тема 9 Создание креативного фирменного стиля предприятия через BTL-сервис.	2	2

Показатели и критерии оценивания компетенций, описание шкал оценивания

№пп	Код контролируемой компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Контролируемые разделы (темы) учебной дисциплины (модуля), практики	Наименование оценочного средства
	ПК-4 Разработка и реализация маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга	ИДК2пк4 Уметь разрабатывать маркетинговые решения в отношении товаров (услуг, брендов)	Тема 1. История возникновения и значения BTL Тема 2. Структура BTL Тема 3. Перспективы развития BTL-сервиса Тема 4. Стимулирование и формирование сбыта среди покупателей, посредников Тема 5. POS-материалы, их формирование и размещение в торговом зале. Тема 6. Партизанский маркетинг и его использование. Тема 7. Понятие и применение мерчендайзинга Тема 8. Понятие и применение прямого маркетинга. Его имплементация в BTL- сервисе. Тема 9 Создание креативного фирменного стиля предприятия через BTL-сервис.	опрос, тесты, ситуационные задания

Таблица 2.2. – Критерии и шкала оценивания по оценочному материалу «Опрос»

Шкала оценивания	Критерии оценивания
2	ответ дан на высоком уровне (обучающийся в полной мере ответил на поставленный вопрос, привел аргументы в пользу своих суждений, владеет профильным понятийным (категориальным) аппаратом и т.п.)
1	ответ дан на среднем уровне (обучающийся в целом ответил на поставленный вопрос, привел аргументы в пользу своих суждений, допустив некоторые неточности и т.п.)
0	ответ дан на низком уровне (обучающийся допустил существенные неточности, с ошибками, и т.п.); на неудовлетворительном уровне или не дан вовсе (обучающийся не готов, затрудняется ответить и т.п.)

Таблица 2.3. – Критерии и шкала оценивания по оценочному материалу «Тесты»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
8-9	ответы на тестовые задания показали высокий уровень знаний (правильные ответы даны на 90-100 % вопросов/задач)
5-7	ответы на тестовые задания показали средний уровень знаний (правильные ответы даны на 75-89 % вопросов/задач)
1-4	ответы на тестовые задания показали низкий уровень знаний (правильные ответы даны на 60-74 % вопросов/задач)
0	ответы на тестовые задания показали неудовлетворительный уровень знаний (правильные ответы даны менее чем 60 %)

Таблица 2.4. – Критерии и шкала оценивания по оценочному материалу «Ситуационные Задания»

Шкала оценивания	Критерий оценивания
5	решение задачи представлено на высоком уровне (обучающийся верно и в полной мере ответил на поставленные вопросы, аргументированно пояснил свое решение, привел профильные термины и дал им определения, и т.п.)
3	решение задачи представлено на среднем уровне (обучающийся в целом верно ответил на поставленные вопросы, допустив некоторые неточности, и т.п.)
0	решение задачи представлено на низком уровне (обучающийся допустил существенные неточности, ошибки, которые повлияли на результат и т.п.); на неудовлетворительном уровне (обучающийся неверно решил задачу); или не решил вовсе

3. Перечень оценочных материалов

№ п/п	Наименование оценочного материала	Краткая характеристика оценочного материала	Представление оценочного материала
1	Опрос	средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой учебной дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по учебной дисциплине или определенному разделу, теме, проблеме и т.п.	вопросы по темам/разделам учебной дисциплины
2	Тесты	система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.	фонд тестовых заданий
3	Ситуационные задания	средство проверки, позволяющее оценивать и диагностировать знание фактического материала (базовые понятия, алгоритмы, факты) и умение синтезировать, анализировать, обобщать фактический и теоретический материал с формулированием конкретных выводов, установлением причинно-следственных связей	комплект ситуационных заданий

Перечень вопросов для опроса/подготовки обучающихся:

1. История возникновения BTL.
2. Инструменты BTL-акций.
3. Методы проведения BTL-акций.
4. Структура BTL.
5. Совместное использование BTL, OTL, ATL
6. СТИС и ФОСТИС
7. POS –материалы
8. Стратегии использования рекламного сообщения: Лидер.
9. Стратегии использования рекламного сообщения: Следующий за лидером.
10. Стратегии использования рекламного сообщения: Генерик.
11. Стратегии использования рекламного сообщения: Партизан.
12. Инструменты мерчендайзинга и правило «Золотой полки».

13. Агли и абсурдная шоковость в рекламе.
14. Прямой маркетинг и прямые продажи.
15. Креативный фирменный стиль.

Тесты

1. Инструмент Product placement является наименее действенным в...:

- А) Печатном контенте
- Б) Кинематографическом контенте
- В) Интернет-медиа
- Г) Видеоигровом контенте
- Д) Радио контенте

2. Специалисты по маркетингу утверждают, что для товаров широкого потребления среди всех инструментов коммуникативной деятельности первое место занимает:

- А) Личная продажа.
- Б) Реклама.
- В) Стимулирование сбыта.
- Г) Public relations
- Д) Партизанский маркетинг

3. Проведение BTL-акций для повышения общего уровня удовлетворенности потребителей в первую очередь целесообразно среди...:

- А) Конечных потребителей
- Б) Промежуточных потребителей
- В) Оптовых посредников
- Г) Розничных посредников
- Д) Производителей

4. Что представляет собой бренд-платформа?

- А) Экономический статус компании
- Б) План маркетинга на год
- В) Акции и скидки для клиентов
- Г) Определение ценностей и принципов, на основе которых строится бренд

5. Что представляет собой целевая аудитория в агли-инструментах?

- А) Совокупность всех потребителей
- Б) Группа людей, имеющих высокий доход
- В) Определенная группа потребителей, имеющих возрастной ценз до 45 лет
- Г) Людей, проживающих в крупных мегаполисах

Ситуационное задание

Для какой целевой аудитории целесообразно применять Шоковый и парадоксальный контент в рекламе?

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков

Устный опрос позволяет оценить знания и кругозор обучающегося, умение логически построить ответ, владение монологической речью и иные коммуникативные навыки. Опрос как важнейшее средство развития мышления и речи обладает большими возможностями воспитательного воздействия преподавателя. Обучающая функция состоит в выявлении деталей, которые по каким-то причинам оказались недостаточно осмысленными в ходе учебных занятий и при подготовке к зачёту или экзамену.

Подготовка **устных ответов** предполагает выбор темы сообщения в соответствии с планом семинарских занятий. Также в качестве доклада может выступать изложение содержания одной из монографий или научных статей по теме семинара. Выбор осуществляется с опорой на список литературы, предлагаемый по данной теме.

Критериями оценки устного доклада являются: полнота представленной информации, логичность выступления, наличие необходимых разъяснений и использование иллюстративного материала по ходу выступления, привлечение материалов современных научных публикаций, умение ответить на вопросы слушателей, соответствие доклада заранее оговоренному временному регламенту.

Для оценки знаний обучающихся используют **тестовые задания** в закрытой форме, когда испытуемому предлагается выбрать правильный ответ из нескольких возможных. Каждый тест содержит 3 варианта ответа, среди которых только один правильный. Результат зависит от общего количества правильных ответов, записанных в бланк ответов.

В оценке ситуационных заданий учитывается полнота освещения ситуации, качество и объем управленческих и иных решений, предложенных студентом, подробность рассмотрения материала, помогающего решить ситуационные задания.

Письменная проверка знаний в виде решения **ситуационных заданий** осуществляется в аудиторной форме. Во время проверки и оценки задач проводится анализ результатов выполнения, выявляются типичные ошибки, а также причины их появления. Анализ заданий проводится оперативно. При проверке преподаватель исправляет каждую допущенную ошибку и определяет полноту ответа, учитывая при этом четкость и последовательность изложения мыслей, наличие и достаточность пояснений, знания терминологии в предметной области. Решение ситуационных заданий оценивается по пятибалльной шкале.

Задачи содержат в себе материал, который необходимо не только воспроизводить обучающемуся, но и органично соединять с уже пройденными дисциплинами и полученными знаниями. Этот подход даст возможность наиболее полно и правильно дать ответ на вопросы, содержащиеся в задачах по курсу.