

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Кривенко Людмила Вячеславовна
Должность: Проректор по учебно-методической работе
Дата подписания: 22.10.2026 09:57:26
Уникальный программный ключ:
b066544bae1e449cd8bfce392f7224a676a271b2

8 ТУИС (8) 2026

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

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

Кафедра сервиса и гостиничного дела

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой сервиса
и гостиничного дела



Я.В. Дегтярева

(подпись)

«20» февраля 2026 г.

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
по дисциплине**

Б1.О.26 РЕКЛАМНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

(шифр и наименование дисциплины)

19.03.03 Продукты питания животного происхождения и 38.03.03 Менеджмент

(код и наименование направления подготовки)

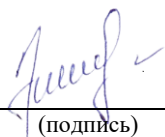
Технологии и управление пищевыми системами

(наименование профиля подготовки)

Разработчик:

ст. преподаватель

(должность)



(подпись)

Э.Э. Карамян

(ФИО)

Оценочные материалы рассмотрены и утверждены на заседании кафедры
от «20» февраля 2026 г., протокол № 16

Донецк 2026 г.

Паспорт
оценочных материалов по дисциплине
«Рекламный менеджмент»

Перечень компетенций, формируемых в результате освоения дисциплины
(модуля)

№ п/п	Код и наименование контролируемой компетенции	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Этапы формирования (семестр изучения)
1	ПК-12 Способность разрабатывать и реализовывать комплексные рекламные стратегии, направленные на продвижение бренда и стимулирование продаж в сфере пищевой промышленности	Тема 1. Понятие рекламы и ее роль в современных рыночных условиях Тема 2. Социально-правовые аспекты регулирования рекламной деятельности Тема 3. Рекламная коммуникация: сущность и процесс Тема 4. Классификация рекламы Тема 5. Каналы рекламной коммуникации Тема 6. Рекламное обращение: содержание и структура Тема 7. Информационное обеспечение рекламного менеджмента Тема 8. Планирование рекламной деятельности Тема 9. Организация рекламной деятельности Тема 10. Контроль рекламной деятельности	6

Показатели и критерии оценивания компетенций, описание шкал оценивания
Показатели оценивания компетенций

№ п/п	Код контролируемой компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Наименование оценочного средства
1	ПК-12 Способность разрабатывать и реализовывать комплексные рекламные стратегии, направленные на продвижение бренда и стимулирование продаж в сфере пищевой промышленности	ИДК-1 _{ПК-12} Анализирует целевую аудиторию, разрабатывает и оценивает их эффективность коммуникационные кампании ИДК-2 _{ПК-11} Применяет маркетинговый инструментарий для создания, развития и поддержания ценности продукта и бренда, включая управление репутацией, позиционированием и дифференциацией ИДК-3 _{ПК-11} Обладает навыками интеграции рекламных коммуникаций с общими бизнес-целями предприятия для продвижения продукта и бренда, стимулирования продаж в сфере пищевой промышленности	Тема 1. Понятие рекламы и ее роль в современных рыночных условиях Тема 2. Социально-правовые аспекты регулирования рекламной деятельности Тема 3. Рекламная коммуникация: сущность и процесс Тема 4. Классификация рекламы Тема 5. Каналы рекламной коммуникации Тема 6. Рекламное обращение: содержание и структура Тема 7. Информационное обеспечение рекламного менеджмента Тема 8. Планирование рекламной деятельности Тема 9. Организация рекламной деятельности Тема 10. Контроль рекламной деятельности	Разноуровневые задачи и ситуационные задания, тест

**Критерии и шкала оценивания по оценочному материалу «Разноуровневые задачи и ситуационные задания»
по темам смысловых модулей**

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
1,5	Задачи и ситуационные задания выполнены на среднем уровне (даны правильные ответы на 75-100% вопросов/задач)
1	Задачи и ситуационные задания выполнены на низком уровне (даны правильные ответы на 50-74% вопросов/задач)
0,5	Задачи и ситуационные задания выполнены на очень низком уровне (даны правильные ответы на 25-49% вопросов/задач)
0	Задачи и ситуационные задания выполнены на неудовлетворительном уровне (даны правильные ответы на 0-24% вопросов/задач)

**Критерии и шкала оценивания по оценочному материалу «Тест»
по темам смысловых модулей**

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
1	Процент правильных ответов составляет 75-100%
0,5	Процент правильных ответов составляет 35-74%
0	Процент правильных ответов составляет 0-34%

Перечень оценочных материалов

№ п/п	Наименование оценочного материала	Краткая характеристика оценочного материала	Представление оценочного материала в перечне
1	Разноуровневые задачи и ситуационные задания	а) репродуктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать знание фактического материала (базовые понятия, алгоритмы, факты) и умение правильно использовать специальные термины и понятия, узнавание объектов изучения в рамках определенного раздела учебной дисциплины; б) реконструктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения синтезировать, анализировать, обобщать фактический и теоретический материал с формулированием конкретных выводов, установлением причинно-следственных связей	Задания для решения практических ситуаций
2	Тест	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося	Фонд тестовых заданий

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков

При изучении учебной дисциплины в течение семестра обучающийся максимально может набрать 100 баллов. Минимальное количество баллов составляет 60 баллов.

Система оценивания всех видов работ по учебной дисциплине «Рекламный менеджмент» приведена в таблицах критериев и шкал оценивания по оценочным материалам.

Текущий контроль знаний обучающихся осуществляется на основании оценки: систематичности и активности по каждой теме программного материала дисциплины; заинтересованного, творческого выполнения реферата.

Текущий контроль знаний обучающихся осуществляется с помощью тестов, ситуационных заданий.

Для выполнения ситуационных заданий обучающийся должен пройти предварительную теоретическую подготовку на лекционных занятиях, а также при самостоятельном изучении литературных источников.

Тестирование по темам смысловых модулей проводится согласно графику проведения модульного контроля.

Промежуточная аттестация осуществляется в форме дифференцированного зачета.

Опираясь на знания обучающихся, преподаватель оставляет за собой право решающего слова во время оценивания знаний.

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ БАЛЛОВ, КОТОРЫЕ ПОЛУЧАЮТ ОБУЧАЮЩИЕСЯ

Максимальное количество баллов за текущий контроль и самостоятельную работу										Максимальная сумма баллов
Смысловой модуль №1			Смысловой модуль №2			Смысловой модуль №3				
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	
10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	100

Примечание. T1, T2, ... T10 – номера тем соответствующих смысловых модулей

Соответствие государственной шкалы оценивания академической успеваемости

Сумма баллов за все виды учебной деятельности	По государственной шкале
90-100	5 «зачтено»
75-89	4 «зачтено»
60-74	3 «зачтено»
менее 60	2 «не зачтено»