

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Крылова Людмила Вячеславовна
Должность: Проректор по учебно-методической работе
Дата подписания: 27.02.2025 20:38:50
Уникальный программный ключ:
b066544bae1e449cd8bfce392f7224a676a271b2

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

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

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

(подпись)

 И.М. Рвачёва

«20» февраля 2024 г.

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

по учебной дисциплине

Б.1.В.ДВ.05.02 «РЕКЛАМА В ТОРГОВЛЕ»

38.03.07 Товароведение

(Профиль: Товароведение непродовольственных товаров и коммерческая
деятельность)

Разработчик:
к.э.н., доцент



Рвачёва И.М.

ОМ рассмотрены и утверждены на заседании кафедры
от «20» февраля 2024 г., протокол № 15

Донецк 2024 г.

**Паспорт
оценочных материалов по учебной дисциплине**

«Реклама в торговле»
(наименование учебной дисциплины)

Перечень компетенций, формируемых в результате освоения учебной дисциплины (модуля)

№ п/п	Код и наименование контролируемой компетенции	Контролируемые разделы (темы) учебной дисциплины	Этапы формирования (семестр изучения)	
1.	ПК-2. Способен анализировать закономерности и тенденции формирования потребностей и спроса населения на товары	Тема 1. Реклама как элемент маркетинговых коммуникации	5	Зимняя сессия
		Тема 2. Рынок рекламы, правовое регулирование рекламной деятельности	5	Зимняя сессия
		Тема 3. Социально-психологические основы рекламы	5	Зимняя сессия
		Тема 4. Планирование рекламной деятельности	5	Зимняя сессия
		Тема 5. Носители рекламной информации	5	Зимняя сессия
		Тема 8. Планирование использования средств маркетинговых коммуникаций	5	Зимняя сессия
		Тема 6. Имидж и фирменный стиль в рекламе	5	Зимняя сессия
2.	ПК-5. Способен определять факторы и критерии формирования товарного ассортимента	Тема 7. Информационное обеспечение коммуникационной деятельности предприятия	5	Зимняя сессия
		Тема 8. Планирование использования средств маркетинговых коммуникаций	5	Зимняя сессия
		Тема 9. Организация и контроль рекламной деятельности предприятия	5	Зимняя сессия

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) учебной дисциплины	Наименование оценочного средства
1	ПК-2. Способен анализировать закономерности и тенденции формирования потребностей и спроса населения на товары	ИДК-1ПК-2. Знает общие и специфические закономерности формирования потребностей и спроса	Тема 1. Реклама как элемент маркетинговых коммуникации	собеседование, тестирование
			Тема 2. Рынок рекламы, правовое регулирование рекламной деятельности	доклад, тестирование
			Тема 3. Социально-психологические основы рекламы	собеседование, тестирование, текущий модульный контроль
		ИДК-2ПК-2. Применяет методы и методики определения потребностей и спроса населения в товарах	Тема 4. Планирование рекламной деятельности	разноуровневые задачи и задания
			Тема 5. Носители рекламной информации	разноуровневые задачи и задания
			Тема 8. Планирование использования средств маркетинговых коммуникаций	разноуровневые задачи и задания
		ИДК-3ПК-2. Организует и проводит изучение потребительского спроса, анализирует его результаты	Тема 9. Организация и контроль рекламной деятельности предприятия	тестирование, разноуровневые задачи и задания, текущий модульный контроль
ИДК-2ПК-5.	Разрабатывает системы факторов формирования потребностей потребителей в товарах и связанных с ними требований к товару	Тема 4. Планирование рекламной деятельности	тестирование	

		ИДК-3ПК-5. Формирует типологию потребителей для обоснования сегментации рынка товаров и позиционирования товаров на нем	Тема 3. Социально-психологические основы рекламы Тема 9. Организация и контроль рекламной деятельности предприятия	разноуровневые задачи и задания
		ИДК-4ПК-5. Определяет совокупность факторов, формирующих требования к товару и потребности в товарах, определяет емкость рынка	Тема 6. Имидж и фирменный стиль в рекламе Тема 8. Планирование использования средств маркетинговых коммуникаций	доклад, тестирование
		ИДК-5ПК-5. Разрабатывает ассортиментную политику и ассортиментную концепцию	Тема 9. Организация и контроль рекламной деятельности предприятия	разноуровневые задачи и задания
		ИДК-6ПК-5. Разрабатывает модели ассортимента в разрезе сегментов рынка и позиций товара на нем	Тема 7. Информационное обеспечение коммуникационной деятельности предприятия	разноуровневые задачи и задания, текущий модульный контроль

Критерии и шкала оценивания по оценочному материалу «Собеседование (устный опрос)»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерии оценивания
1	Ответы на поставленные вопросы излагаются логично, последовательно и не требуют дополнительных пояснений. Полно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Делаются обоснованные выводы. Демонстрируются глубокие знания базовых нормативно-правовых актов. Соблюдаются нормы литературной речи (количество правильных ответов > 90%)
0,8	Ответы на поставленные вопросы излагаются систематизировано и последовательно. Базовые нормативно-правовые акты используются, но в

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерии оценивания
	недостаточном объеме. Материал излагается уверенно. Раскрыты причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируется умение анализировать материал, однако не все выводы носят аргументированный и доказательный характер. Соблюдаются нормы литературной речи (количество правильных ответов >70%)
0,5	Допускаются нарушения в последовательности изложения. Имеются упоминания об отдельных базовых нормативно-правовых актах. Неполно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируются поверхностные знания вопроса, с трудом решаются конкретные задачи. Имеются затруднения с выводами. Допускаются нарушения норм литературной речи (количество правильных ответов >50%)
0	Материал излагается непоследовательно, сбивчиво, не представляет определенной системы знаний по дисциплине. Не раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Не проводится анализ. Выводы отсутствуют. Ответы на дополнительные вопросы отсутствуют. Имеются заметные нарушения норм литературной речи (количество правильных ответов <50%)

Критерии и шкала оценивания по оценочному материалу «Разноуровневые задачи и задания»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерии оценивания
3	Задания выполнены на высоком уровне, допущены 1-2 незначительные ошибки при расчетах или оформлении, обучающийся аргументировано и уверенно ответил на вопросы преподавателя
2	Задания выполнены на среднем уровне, допущены более 2 незначительные ошибки при расчетах или оформлении, обучающийся ответил на большинство вопросов преподавателя
1	Задания выполнены на низком уровне, допущено большое количество существенных ошибок, обучающийся неуверенно ответил на вопросы преподавателя
0	Задания не выполнены

Критерии и шкала оценивания по оценочному материалу «Тест»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерии оценивания
2	Тестовые задания выполнены на высоком уровне (правильные ответы даны на 75-100% вопросов)
1	Тестовые задания выполнены на низком уровне (правильные ответы даны на 50-74% вопросов)
0	Тестовые задания выполнены на неудовлетворительном уровне (правильные ответы даны менее чем 50% вопросов)

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

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания

5-6	Доклад представлен на высоком уровне (студент полно осветил рассматриваемую проблематику, привел аргументы в пользу своих суждений, владеет профильным понятийным (категориальным) аппаратом).
3-4	Доклад представлен на среднем уровне (студент в целом осветил рассматриваемую проблематику, привел аргументы в пользу своих суждений, допустив некоторые неточности).
1-2	Доклад представлен на низком уровне (студент допустил существенные неточности, изложил материал с ошибками, не владеет в достаточной степени профильным категориальным аппаратом и т.п.)
0	Доклад представлен на неудовлетворительном уровне или не представлен (студент не готов, не выполнил задание и т.п.)

Критерии и шкала оценивания по оценочному материалу «Контрольная работа (текущий модульный контроль)

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
5	Контрольная работа выполнена на высоком уровне (правильные ответы даны на 90-100% вопросов/задач)
3-4	Контрольная работа выполнена на среднем уровне (правильные ответы даны на 55-89% вопросов/задач)
2-1	Контрольная работа выполнена на низком уровне (правильные ответы даны на 40-54% вопросов/задач)
0	Контрольная работа выполнена на неудовлетворительном уровне (правильные ответы даны менее чем 40%)

Перечень оценочных материалов

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде
1.	Собеседование (устный 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.	Разноуровневые задачи и задания	Различают задачи и 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	Комплект разноуровневых задач и заданий

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде
		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; в) творческого уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения.	
3.	Тест	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося	Фонд тестовых заданий
4	Доклад	Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы	Темы докладов, сообщений
5.	Контрольная работа (ТМК)	Средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме, разделу или учебной дисциплине.	Комплект контрольных заданий по вариантам

1. Используется главным образом на стадии зрелости продукта или в момент, когда начинается спад его сбыта, имеет целью охватить непостоянную клиентуру:

- а) атакующее стимулирование;
- б) перекрёстное стимулирование;
- в) вспомогательное стимулирование;**
- г) выравнивание сезонных продаж.

2. Информационный материал, представляющий необходимую информацию о профиле работы организации, ее продуктах и услугах, истории создания и развития - это:

- а) адвенториал;
- б) пресс-релиз;
- в) фактическая справка;
- г) бэкграундер.**

3. Одна из форм обсуждения идеи, проблемы, имеющей значение для широких кругов общественности, участниками которой являются авторитетные представители науки, бизнеса, деловых кругов, общественных и государственных организаций:

- а) конференция;

б) круглый стол;

в) брифинг;

г) презентация.

4. Позволяет точно выделять целевой рынок, как правило, имеет индивидуальный характер, обладает достаточной гибкостью, а также дает возможность быстро узнать и оценить реакцию потребителей, это преимущество:

а) стимулирования сбыта;

б) direct mail (прямая почтовая рассылка);

в) торговой ярмарки;

г) нет верного ответа.

5. Их предоставляют постоянным клиентам – крупным оптовым покупателям и не за каждую отдельную сделку, а за объем оборота в год. Достигают 7-8 % стоимости оборота:

а) скидки сконто;

б) бонусные скидки;

в) дилерские скидки;

г) специальные скидки.

6. Скидки, предоставляемые за оплату наличными или за досрочный платеж по сравнению со сроками, указанными в договоре. Составляют 3-5 % от суммы сделки:

а) закрытые скидки;

б) количественные скидки;

в) скидки сконто;

г) временные (сезонные скидки).

7. Этот стенд открыт с трех сторон и позволяет экспоненту легко «контролировать» прилегающую территорию. Хотя он не располагает «поверхностью» (стенами), он имеет преимущество в привлечении публики, особенно в случае презентаций и других подобных мероприятий рекламного характера:

а) угловой стенд;

б) «сквозной» стенд;

в) стенд «полуостров»;

г) стенд «визави».

8. Когда одна торговая марка используется для продвижения другой, не конкурирующей марки, это:

а) **перекрёстное стимулирование;**

б) совместное стимулирование;

в) вспомогательное стимулирование;

г) нет верного ответа.

9. Смесь рекламы и информации. Когда PR текст или реклама выдается за информационный материал, журналистский текст, это:

а) занимательная статья;

б) обзорная статья;

- в) **адвекториалз;**
- г) авторская статья.

10. Организуются чаще всего при дипломатических консульствах и других представительствах своей страны за границей с целью демонстрации возможным иностранным покупателям образцов экспортной продукции для заключения сделок по образцам:

- а) **постоянные выставки;**
- б) передвижные выставки;
- в) краткосрочные выставки;
- г) универсальные выставки.

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков

1) При выполнении тестовых заданий необходимо:

1. Оформить титульный лист работы, указав:

- название дисциплины;
- направлений подготовки, курс, группу, Ф.И.О.;
- вариант задания.

2. Ответить на все тестовые вопросы.

Тестовые задания охватывают вопросы по всем темам, которые изучаются данной дисциплиной. Среди видов тестовых заданий, предложенных в рамках выполнения письменного аудиторной работы, следует отметить следующие: тесты, направленные на оценку усвоения основных понятий, терминов, определений изучаемой дисциплины; тесты, направленные на оценку полноты знаний лекционного материала; тесты, направленные на оценку глубины знаний студентами вопросов, которые преподаются в рамках дисциплины (знания дополнительной рекомендуемой литературы).

2) В ходе выполнения доклада студент должен провести самостоятельную работу с основной и дополнительной литературой, осветить рассматриваемую проблематику, привести аргументы в пользу своих суждений, продемонстрировать владение профильным понятийным аппаратом. Примерный объем доклада составляет пять страниц формата А4.

3) При выполнении контрольной работы студент должен:

1. Оформить титульный лист работы, указав:

- название дисциплины;
- направлений подготовки, курс, группу, Ф.И.О.;
- вариант задания.

2. Выполнить работу в той последовательности, в которой указаны номера заданий варианта.

3. Раскрыть ёмко и точно суть теоретического вопроса.

4. Решение задач должно в обязательном порядке сопровождаться формулами, аналитическими расчетами и логическими объяснениями.

5. Задачи, не имеющие последовательно представленного решения (есть только ответ) и обоснованных выводов является не решенными.

6. Все показатели, в случае необходимости, должны иметь единицы измерения.

7. Работа должна быть оформлена аккуратно, написана разборчиво, чисто и без помарок.

8. Обязательным элементом, подтверждающий качество усвоения студентом изучаемой дисциплины, является представление обоснованных и объективных выводов по результатам решенной задачи.

4) Решение разноуровневых задач и заданий должно в обязательном порядке сопровождаться формулами, аналитическими расчетами и логическими объяснениями.

Выполненные задания, не имеющие последовательно представленного решения (есть только ответ) и обоснованных выводов является не решенными. Все показатели, в случае необходимости, должны иметь единицы измерения.

Обязательным элементом, подтверждающий качество усвоения студентом изучаемой дисциплины, является представление обоснованных и объективных выводов по результатам решенной кейс-задачи.

5) Форма проведения промежуточной аттестации по данной дисциплине является зачет. Он проводится в устной форме. В её ходе студент должен точно и ёмко изложить ответы на теоретические вопросы и решить практические задачи. Требования к решению задач и их оформлению такие же, как и для заданий в контрольной работе.

5. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная:

1. Рвачёва, И. М. Рекламная деятельность [Электронный ресурс]: учеб. пособие для студентов направления подготовки 38.03.01 Экономика (профиль Маркетинг, Рекламный бизнес), образоват. прогр. Бакалавриат, оч., заоч. форм обучения / И. М. Рвачёва; М-во образования и науки ДНР, ГО ВПО "Донец. нац. ун-т экономики и торговли им. М. Туган-Барановского", Каф. маркетинга и коммерч. дела . — Донецк : ДонНУЭТ, 2020 . — Локал. компьютер сеть НБ ДонНУЭТ.

Дополнительная:

1. Артамонов, Д. С. История рекламы и PR : учебное пособие для студентов, обучающихся по направлению «Реклама и связи с общественностью» / Д. С. Артамонов. — Саратов : Издательство Саратовского университета, 2019. — 80 с. — ISBN 978-5-292-04611-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт].

2. Бердышев, С. Н. Эффективная наружная реклама (2-е издание) : практическое пособие / С. Н. Бердышев. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа,

2017. — 132 с. — ISBN 978-5-394-01542-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт].

Учебно-методические издания:

1. Сабетова, Т. В. Реклама и рекламная деятельность [Электронный ресурс] : учеб. пособ. / Т. В. Сабетова ; М-во сел. хоз-ва РФ, Федер. гос. бюджет. образоват. учреждение высш. образования «Воронеж. гос. аграрный ун-т им. императора Петра I» . — Воронеж, 2016 . — Локал. компьютер сеть НБ ДонНУЭТ . — 978-5-9908951-9-5.

2. Чалова, А. А. Реклама услуг [Электронный ресурс] : учеб. пособие / А. А. Чалова, А. А. Тайницкая ; Автоном. некоммерч. образоват. орг. высш. образования Белгор. ун-т кооп., экономики и права, Ставроп. ин-т кооп. (фил) . — Ставрополь : Фабула, 2018 . — Локал. компьютер сеть НБ ДонНУЭТ .

Информационные ресурсы:

1. Автоматизированная библиотечная информационная система Unilib UC : версия 2.110 // Научная библиотека Донецкого национального университета экономики и торговли им. Михаила Туган-Барановского. — [Донецк, 2021–]. — Текст : электронный.

2. Информио : электрон. справочник / ООО «РИНФИЦ». — Москва : Издат. дом «Информио», [2018?–]. — URL: <https://www.informio.ru> (дата обращения: 01.01.2023). — Текст : электронный.

3. IPR SMART : весь контент ЭБС IPR BOOKS : цифровой образоват. ресурс / ООО «Ай Пи Эр Медиа». — [Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2022]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru> (дата обращения: 01.01.2023). — Режим доступа: для авториз. пользователей. — Текст. Аудио. Изображения : электронные.

4. Лань : электрон.-библ. система. — Санкт-Петербург : Лань, сор. 2011–2021. — URL: <https://e.lanbook.com/> (дата обращения: 01.01.2023). — Текст : электронный. — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

5. СЭБ : Консорциум сетевых электрон. б-к / Электрон.-библ. система «Лань» при поддержке Агентства стратег. инициатив. — Санкт-Петербург : Лань, сор. 2011–2021. — URL: <https://seb.e.lanbook.com/> (дата обращения: 01.01.2023). — Режим доступа : для пользователей организаций – участников, подписчиков ЭБС «Лань».

6. Polpred : электрон. библ. система : деловые статьи и интернет-сервисы / ООО «Полпред Справочники». — Москва : Полпред Справочники, сор. 1997–2022. — URL: <https://polpred.com> (дата обращения: 01.01.2023). — Текст : электронный.

7. Book on lime : дистанц. образование / изд-во КДУ МГУ им. М.В. Ломоносова. — Москва : КДУ, сор. 2017. — URL: <https://bookonlime.ru> (дата обращения: 01.01.2023) — Текст . Изображение. Устная речь : электронные.

8. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU : информ.-аналит. портал / ООО Научная электронная библиотека. — Москва : ООО Науч. электрон. б-ка, сор. 2000–2022. — URL: <https://elibrary.ru> (дата обращения: 01.01.2023). — Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. — Текст : электронный.

9. CYBERLENINKA : науч. электрон. б-ка «КиберЛенинка» / [Е. Кисляк, Д. Семячкин, М. Сергеев ; ООО «Итеос»]. – Москва : КиберЛенинка, 2012– . – URL: <http://cyberleninka.ru> (дата обращения: 01.01.2023). – Текст : электронный.
10. Национальная электронная библиотека : НЭБ : федер. гос. информ. система / М-во культуры Рос. Федерации [и др.]. – Москва : Рос. гос. б-ка : ООО ЭЛАР, [2008–]. – URL: <https://rusneb.ru/> (дата обращения: 01.01.2023) – Текст. Изображение : электронные.
11. Научно-информационный библиотечный центр имени академика Л.И. Абалкина / Рос. экон. ун-т им. В.Г. Плеханова. – Москва : KnowledgeTree Inc., 2008– . – URL: <http://liber.rea.ru/login.php> (дата обращения: 01.01.2023). – Режим доступа: для авторизир. пользователей. – Текст : электронный.
12. Библиотечно-информационный комплекс / Финансовый ун-т при Правительстве Рос. Федерации. – Москва : Финансовый университет, 2019– . – URL: <http://library.fa.ru/> (дата обращения: 01.01.2023) – Режим доступа: для авторизир. пользователей. – Текст : электронный.
13. Университетская библиотека онлайн : электрон. библиотечная система. – ООО «Директ-Медиа», 2006– . – URL: <https://biblioclub.ru/> (дата обращения: 01.01.2023) – Режим доступа: для авторизир. пользователей. – Текст : электронный.