

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Крылова Людмила Вячеславовна

Должность: Проректор по учебно-методической работе

Дата подписания: 25.02.2025 14:45:49

Уникальный программный идентификатор:

b066544bae1e449cd8bfce392f724a676a271b2

**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 маркетингового менеджмента

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой



Л.В. Балабанова

«19» февраля 2024 год

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

по учебной дисциплине

Б1.В.06 Брендинг

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент

(код и наименование направления подготовки (специальности))

Программа высшего образования -

программа бакалавриата

Профили: Менеджмент организаций, Логистика

(наименование профиля подготовки (специальности, магистерской программы); при отсутствии ставится прочерк)

Разработчик:

Ст. преподаватель



Е.А. Коршунова

Оценочные материалы рассмотрены и утверждены на заседании кафедры
от «19» февраля 2024 года № 13

Донецк 2023 г.

Паспорт
оценочных материалов по учебной дисциплине
Брендинг
(наименование учебной дисциплины)

Таблица 1 - Перечень компетенций (элементов компетенций), формируемых в результате освоения учебной дисциплины (модуля) или практики

№ п/п	Код и наименование контролируемой компетенции	Контролируемые разделы (темы) учебной дисциплины, практики	Этапы формирования (семестр изучения)
1	ПК-7 Способен давать оценку рыночной конъюнктуры, рыночного потенциала и конкурентной среды	Тема 1. Сущность и история брендинга. Тема 2. Брендинг в современных условиях. Тема 3. Виды и стратегии брендинга Тема 4. Моделирование бренда. Тема 5. Айдентика и фирменный стиль бренда Тема 6. Позиционирование как инструмент брендинга. Тема 7 Управление лояльностью бренда.	4

Таблица 2 - Показатели оценивания компетенций

№ п/п	Код контролируемой компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Контролируемые разделы (темы) учебной дисциплины, практики	Наименование оценочного средства
1	ПК-7 Способен давать оценку рыночной конъюнктуры, рыночного потенциала и конкурентной среды	ИДК-1ПК-7 Проводит маркетинговые исследования рынка, мониторинг цен на товары, работы, услуги, выявляет ценообразующие параметры товаров, работ, услуг	Тема 1. Сущность и история брендинга. Тема 2. Брендинг в современных условиях. Тема 3. Виды и стратегии брендинга Тема 4. Моделирование бренда. Тема 5. Айдентика и фирменный стиль бренда Тема 6. Позиционирование как инструмент брендинга. Тема 7 Управление лояльностью бренда.	Собеседование (устный или письменный опрос), тест, доклад

Таблица 3 - Критерии и шкала оценивания по оценочному материалу «Собеседование (устный опрос)»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
2	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%)
1,5	Ответы на поставленные вопросы излагаются систематизировано и последовательно. Базовые нормативно-правовые акты используются, но в 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%)
1	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%)

Таблица 4- Критерии и шкала оценивания по оценочному материалу «Тест»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерии оценивания
1	Тестовые задания выполнены на высоком уровне (правильные ответы даны на 75-100% вопросов)
0,5	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 5 - Критерии и шкала оценивания по оценочному материалу «Доклад»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерии оценивания
1	Доклад представлен на высоком уровне (студент полностью осветил рассматриваемую проблематику, привел аргументы в пользу своих суждений, владеет профильным понятийным (категориальным) аппаратом и т.п.)
0,5-0,9	Доклад представлен на среднем уровне (студент в целом осветил рассматриваемую проблематику, привел аргументы в пользу своих суждений, допустив некоторые неточности и т.п.)
0,1-0,4	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.)

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	Тест	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося	Фонд тестовых заданий
3	Доклад	Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы	Темы докладов

Примеры типовых контрольных заданий

- 1) по оценочному материалу «Собеседование (устный опрос)»
 - Составьте перечень характеристик бренда Макдоналдс, обеспечивших его успех.
 - Разработайте «технологию» превращения университетского буфета в «мини-бренд» по аналогии с «МакДоналдсом».
 - 2) по оценочному материалу «Тест»
1. Какие этапы включает процесс эволюции бренда?
 - 1.1. доиндустриальный;
 - 1.2. индустриальный;
 - 1.3. информационный;
 - 1.4. ваш вариант ответа.
 2. Этап потенциальной жизни брендов в обычных товарах относится к :
 - 2.1. доиндустриальному этапу;
 - 2.2. индустриальному этапу;
 - 2.3. информационному этапу;
 - 2.4. рациональному этапу.
 3. Какой этап характеризуется насыщение товарами сформировавшегося общества потребления, развитие научно-технического прогресса?
 - 3.1. доиндустриальный этап;
 - 3.2. индустриальный этап;
 - 3.3. информационный этап;
 - 3.4. рациональный этап.
 4. Согласно какой теории производитель для каждого бренда определяет уникальность, т.е. его конкурентные преимущества?
 - 4.1. теории «уникальное торговое предложение»;
 - 4.2. теории «эмоциональное торговое предложение»;
 - 4.3. теории «мое торговое предложение мне»;
 - 4.4. теории «конкурентное преимущество».
 5. Какая составляющая бренда включает индивидуальность, свободу, уникальность, удовольствия, удовлетворение, современность, безопасность, доверие и т.д.?
 - 5.1. эмоциональная;
 - 5.2. рациональная;
 - 5.3. социальная;
 - 5.4. конкурентная.
 6. В рамках какой теории осуществляется обратная связь потребителя с брендом и потребитель участвует в продвижении и совершенствовании бренда?
 - 6.1. теории «уникальное торговое предложение»;
 - 6.2. теории «эмоциональное торговое предложение»;
 - 6.3. теории «мое торговое предложение мне»;
 - 6.4. теории «конкурентное преимущество».
 7. Какие выделяют школы брендинга?
 - 7.1. рациональную, национальную и социальную;
 - 7.2. рациональную, этичную и социальную;
 - 7.3. рациональную, эмоциональную и социальную;
 - 7.4. рациональную, функциональную и социальную;

8. Появление какой школы брендинга связано с усилением потребительской активности населения, вызванной послевоенным экономическим оживлением?
- 8.1. рациональной;
 - 8.2. национальной;
 - 8.3. эмоциональной;
 - 8.4. функциональной.

3) по оценочному материалу «Доклад»

1. Управление капиталом бренда
2. Создание бренда в эпоху кризиса
3. Брендрейтинг: перехват брендов
4. Нематериальные активы маркетинга
5. Нефинансовые инструменты брендинга.

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков

Методические материалы отражают основные сведения о каждом оценочном средстве, используемом в ходе изучения учебной дисциплины «Методы научных исследований. Прикладные методы в управлении» для контроля результатов обучения.

Оценивание знаний, умений и навыков по учебной дисциплине осуществляется посредством использования следующих видов оценочных средств:

- собеседование (устный опрос);
- решение ситуаций и практических задач;
- тестирование по смысловым модулям.

Таблица 1

Текущее тестирование и самостоятельная работа, балл						Максимальная сумма баллов	
Смысловой модуль 1		Смысловой модуль 2			Смысловой модуль 3		100
T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	
10	15	15	15	15	15	15	

Примечание. T1, T2, ... T8 – номера тем соответствующих смысловых модулей

Таблица 2

Система начисления баллов

№	Виды работ	Баллы
1	Собеседование (устный опрос)	1
2	Решение ситуаций задач и заданий	1
3	Тестирование по смысловым модулям	1
4	Реферат	4
<i>Дополнительно:</i>		
1	Подготовка научных публикаций	5

№	Виды работ	Баллы
2	Участие в конкурсах научных студенческих работ по направлению подготовки, научных конференциях и т.д. с занятием призовых мест	10

Таблица 3

Соответствие государственной шкалы оценивания академической успеваемости

Сумма баллов за все виды учебной деятельности	По государственной шкале	Определение
90-100	«Отлично» (5)	отличное выполнение с незначительным количеством неточностей
80-89	«Хорошо» (4)	в целом правильно выполненная работа с незначительным количеством ошибок (до 10%)
75-79		в целом правильно выполненная работа с незначительным количеством ошибок (до 15%)
70-74	«Удовлетворительно» (3)	неплохо, но со значительным количеством недостатков
60-69		выполнение удовлетворяет минимальные критерии
35-59	«Неудовлетворительно» (2)	с возможностью повторной аттестации
0-34		с обязательным повторным изучением дисциплины (выставляется комиссией)