

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Тюлегенова Рауля Амиржановна

Должность: Директор

Дата подписания: 21.06.2023

Уникальный программный ключ:

125b8acc44c5368c45bd8abf3dc7cd4a4ead767c8496e18dc8ae8b889439a47

МИНОВЫЕ НАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)

Костанайский филиал

Кафедра экономики

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Организация рекламной деятельности на малом предприятии» по «основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Управление малым бизнесом» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент

Версия документа - 1

стр. 1 из 11

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____



УТВЕРЖДАЮ

Директор Костанайского филиала
ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

_____/ Тюлегенова Р.А.

«26» августа 2021 г.

**Фонд оценочных средств
для рубежного контроля**

по дисциплине (модулю)

**Организация рекламной деятельности
на малом предприятии**

Направление подготовки (специальность)
38.03.02 Менеджмент

Направленность (профиль)
Управление малым бизнесом

Присваиваемая квалификация
Бакалавр

Форма обучения
Очная

Год набора 2020

Костанай 2021



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)

Костанайский филиал

Кафедра экономики

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Организация рекламной деятельности на малом предприятии» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Управление малым бизнесом» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент

Версия документа - 1

стр. 2 из 11

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

Фонд оценочных средств принят

Учёным советом Костанайского филиала ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Протокол заседания № 11 от 26 августа 2021 г.

Председатель учёного совета
филиала

Р.А. Тюлегенова

Секретарь учёного совета
филиала

Н.А. Кравченко

Фонд оценочных средств рекомендован

Учебно-методическим советом Костанайского филиала ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Протокол заседания № 10 от 25 августа 2021 г.

Председатель
Учебно-методического совета

Н.А. Нализко

Фонд оценочных средств разработан и рекомендован кафедрой экономики

Протокол заседания № 12 от 12 июля 2021 г.

Заведующий кафедрой

О.В. Мишулина

Автор (составитель)
кафедры экономики, кандидат экономических наук

Лилимберг С.И., доцент



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Костанайский филиал
Кафедра экономики

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Организация рекламной деятельности на малом предприятии» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Управление малым бизнесом» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент

Версия документа - 1

стр. 3 из 11

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Направление подготовки: 38.03.02 Менеджмент

Направленность (профиль) Управление малым бизнесом

Дисциплина: Организация рекламной деятельности на малом предприятии

Семестр (семестры) изучения: 7 семестр

Форма (формы) рубежного контроля: комплексная письменная работа.

Оценивание результатов учебной деятельности обучающихся при изучении дисциплины осуществляется по балльно-рейтинговой системе

2. ПЕРЕЧЕНЬ ФОРМИРУЕМЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ

2.1. Компетенции, закреплённые за дисциплиной

Изучение дисциплины «Организация рекламной деятельности на малом предприятии» направлено на формирование следующих компетенций:

Коды компетенции (по ФГОС)	Результаты освоения ОПОП Содержание компетенций согласно ФГОС	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ОПК-2	способность находить организационно-управленческие решения и готовность нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений	<i>Пороговый уровень:</i> Знать: - сущность и задачи рекламной деятельности предприятия и основные социально-психологические аспекты рекламы; Уметь: - решать организационно-управленческие задачи в ходе реализации различных видов и форм рекламной деятельности; - использовать различные рекламные средства; - принимать рекламные решения с учетом социальной ответственности за их воздействие на потребительские предпочтения. Владеть: - методами оценки экономической эффективности принятых рекламных решений. <i>Продвинутый уровень:</i> Знать: - сущность и задачи рекламной деятельности предприятия и психологию потребительской мотивации поведения покупателя; Уметь: - решать организационно-управленческие задачи в ходе реализации различных видов и форм рекламной деятельности, позиционировать объекты паблик-рилейшнз на предприятии; - принимать решения по поводу выбора и применения различных рекламных средств; - предвидеть и учитывать последствия принятых решений с позиции социальной ответственности за их воздействие на потребительские предпочтения Владеть: - методами оценки экономической и психологической



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Костанайский филиал
Кафедра экономики

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Организация рекламной деятельности на малом предприятии» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Управление малым бизнесом» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент

Версия документа - 1

стр. 4 из 11

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

		<p>эффективности принятых рекламных решений;</p> <ul style="list-style-type: none">- навыками выявления недостатков в рекламной деятельности малых предприятий. <p><i>Высокий уровень:</i></p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none">- сущность и задачи рекламной деятельности предприятия и специфику применения методов рекламного внушения и убеждения. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none">- решать организационно-управленческие задачи в ходе реализации различных видов и форм рекламной деятельности, позиционировать объекты паблик-рилейшнз на предприятии и преодолевать «барьеры недоверия» к фирме, самостоятельно разрабатывать рекламные объявления и тексты;- определять широту охвата, частоту и силу воздействия различных рекламных средств и разрабатывать графики их использования;- учитывать последствия принятых решений с позиции социальной ответственности за их воздействие на потребительские предпочтения с учетом индивидуальных особенностей восприятия информации конкретного человека <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none">- методами оценки экономической, коммуникативной и психологической эффективности принятых рекламных решений;- навыками выявления недостатков в рекламной деятельности малых предприятий и разработки мероприятий по их устранению.
ПК-3	владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности	<p><i>Пороговый уровень:</i></p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none">- основные рекламные стратегии. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none">- проводить исследования потребительских предпочтений и спроса;- разрабатывать рекламные стратегии, переводящие особенности товаров и услуг через систему художественных образов, символов, знаков, реализуя различные виды и формы рекламы. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none">- навыками стратегического анализа эффективности рекламной деятельности малых предприятий. <p><i>Продвинутый уровень:</i></p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none">- взаимосвязи между различными рекламными стратегиями. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none">- проводить исследования потребительских предпочтений и спроса с использованием как качественных, так и количественных методов;- разрабатывать рекламные стратегии, переводящие особенности товаров и услуг, идей и явлений общественной жизни через систему художественных образов, символов, знаков, реализуя различные виды и формы рекламы. <p>Владеть:</p>



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Костанайский филиал
Кафедра экономики

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Организация рекламной деятельности на малом предприятии» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Управление малым бизнесом» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент

Версия документа - 1

стр. 5 из 11

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

		<p>- навыками стратегического анализа и оценки эффективности рекламной деятельности малых предприятий. <i>Высокий уровень:</i> Знать: - взаимосвязи между различными рекламными стратегиями с целью подготовки сбалансированных управленческих решений в рекламной деятельности Уметь: - проводить исследования потребительских предпочтений и спроса с использованием как качественных, так и количественных методов с учетом их преимуществ и недостатков; - разрабатывать рекламные стратегии, переводящие сущность, качество, особенности товаров и услуг, идей и явлений общественной жизни через систему художественных образов, символов, знаков с использованием различных рекламных средств и реализуя различные виды и формы рекламы. Владеть: - навыками стратегического анализа, оценки и планирования эффективности рекламной деятельности малых предприятий.</p>
--	--	--

3. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ РУБЕЖНОГО КОНТРОЛЯ

Рубежный контроль проводится с целью определения степени сформированности отдельных компетенций обучающихся по завершению освоения очередного раздела курса.

3.1 Виды оценочных средств

№ п/п	Код компетенции/ планируемые результаты обучения	Контролируемые темы/разделы	Наименование оценочного средства для текущего контроля	Наименование оценочного средства для рубежного контроля
1.	ОПК-2 ПК-3	Сущность и задачи рекламной деятельности предприятия	Устный индивидуальный и групповой опрос, упражнения	Комплексная письменная работа: - тесты; - практические задания.
2.	ОПК-2 ПК-3	Виды и формы рекламы	Устный индивидуальный и фронтальный опрос, ситуационная задача, активный семинар (тестирование) в алах в группах	Комплексная письменная работа: - тесты; - практические задания.
3.	ОПК-2 ПК-3	Социально-психологические аспекты рекламы	Устный индивидуальный и групповой опрос, защита работы, выполненной в группах	Комплексная письменная работа: - тесты; - практические задания.
4.	ОПК-2 ПК-3	Рекламные средства и их применение	Устный индивидуальный и фронтальный опрос, активный семинар (тестирование) в малых	Комплексная письменная работа: - тесты;



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Костанайский филиал
Кафедра экономики

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Организация рекламной деятельности на малом предприятии» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Управление малым бизнесом» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент

Версия документа - 1

стр. 6 из 11

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

			группах, ситуационная задача	- практические задания.
5.	ОПК-2 ПК-3	Реклама в интернете	Устный фронтальный опрос, выполнение упражнений, ситуационная задача	Комплексная письменная работа: - тесты; - практические задания.
6.	ОПК-2 ПК-3	Организация паблик рилейшнз на предприятии	Устный групповой и индивидуальный опрос, ситуационная задача	Комплексная письменная работа: - тесты; - практические задания.
7.	ОПК-2 ПК-3	Организация и управление рекламной деятельностью на рынке товаров, работ и услуг	Устный комбинированный опрос, активный семинар (тестирование) в малых группах, выполнение упражнений	Комплексная письменная работа: - тесты; - практические задания.
8.	ОПК-2 ПК-3	Эффективность рекламной деятельности	Устный комбинированный опрос, активный семинар (тестирование) в малых группах, выполнение упражнений	Комплексная письменная работа: - тесты; - практические задания.

3.2 Содержание оценочных средств

Используемые оценочные средства: комплексная письменная работа (тесты, практические задания).

3.2.1 Типовые тестовые задания

№ п/п	Формулировка вопроса	Варианты ответов
1	Что необходимо сделать, прежде чем выбрать тот или иной вид рекламы:	А) Изучить целевую аудиторию. В) Составить рекламный бюджет. С) Разработать программу коммуникаций. Д) Определить цель рекламного мероприятия. Е) Изучить рынок.
2	Каким свойством характеризуется реклама, осуществляемая от имени правительства:	А) Носит в основном коммерческий характер. В) Носит некоммерческий характер и способствует утверждению социально значимых принципов и достижению определенных целей в сфере общественной жизни. С) Используется как инструмент пропаганды определенных политических идей, партий, деятелей и т.п. Д) Осуществляется в целях привлечения внимания к общегосударственным проблемам. Е) Осуществляется в целях популяризации определенных общегосударственных программ.
3	В том, что ежедневное воздействие рекламы на потенциальных покупателей способствует формированию определенных стандартов мышления и поведения различных слоев населения, проявляется функция рекламы:	А) Социальная. В) Образовательная. С) Экономическая. Д) Эстетическая. Е) Психологическая.
4	Одно из средств рекламы в прессе, периодическое многостраничное издание, отличающееся высоким	А) Ежедневник. В) Брошюра.



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Костанайский филиал
Кафедра экономики

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Организация рекламной деятельности на малом предприятии» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Управление малым бизнесом» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент

Версия документа - 1

стр. 7 из 11

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

	полиграфическим уровнем воспроизведения, - это:	С) Блокнот. D) Газета. Е) Журнал.
5	Рекламный слоган – это:	A) Краткая, броская, легко запоминающаяся фраза, выражающая в концентрированном виде суть рекламного сообщения, вызывающая интерес и позволяющая идентифицировать товар или фирму. B) Сочетание стихотворной формы рекламного обращения и музыкального сопровождения. C) Краткая фраза, несколько раз повторяющаяся в ходе рекламного сообщения. D) Краткая, броская, легко запоминающаяся фраза, выражающая в концентрированном виде суть товарной концепции. E) Одна из фаз движения рекламной информации.
6	Канал информации, по которому рекламное сообщение доходит до потребителя - это:	A) Рынок. B) Рекламное агентство. C) Рекламодатель. D) Средство распространения рекламы. E) Таргетинг.
7	Средство печатной рекламы небольшого формата с текстом и/или иллюстрациями - это:	A) Листовка. B) Плакат. C) Буклет. D) Брошюра. E) Пресс-релиз.
8	Рекламный процесс представляет собой:	A) Процесс создания рекламной продукции. B) Комплекс рекламных мероприятий, направленных на какой-либо сегмент рынка. C) Совокупность фаз движения рекламной информации от рекламодателя к рекламополучателю. D) Совокупность фаз производства, распределения, обмена и потребления товаров. E) Процесс потребления рекламной информации.
9	Реклама, используемая на последних этапах жизненного цикла товара, разновидность рекламной кампании известной товарной марки (фирмы), уже завоевавшей признание и предпочтение у основной массы потенциальных потребителей, - это реклама:	A) Ознакомительная. B) Агитационная. C) Сопоставляющая. D) Напоминающая. E) Подкрепляющая.
10	Как вы считаете, какое средство является наиболее эффективным преимущественно для рекламы потребительских товаров:	A) Адресная почта. B) Журнал. C) Газета. D) Наружная реклама. E) Подарочные изделия.

3.2.2 Типовые практические задания

Задание 1

Компании «Кока-Кола», «Макдоналдс» стали уже давно культурными символами США.

Назовите по две торговые марки ставшие культурными символами следующих стран:



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Костанайский филиал
Кафедра экономики

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Организация рекламной деятельности на малом предприятии» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Управление малым бизнесом» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент

Версия документа - 1

стр. 8 из 11

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

- Япония;
- Россия;
- Италия;
- Колумбия;
- Германия;
- Франция;
- Ирландия;
- Мексика;
- Швейцария;
- Австралия;
- Страны ближнего востока.

Задание 2

Проанализируйте различные события и явления, которыми могут воспользоваться для рекламной пропаганда своих услуг следующие работники:

- садовники;
- юристы;
- бухгалтера;
- организаторы массовых мероприятий;
- повара;
- учителя.

Задание 3.

Согласно результатам классического рекламного исследования, «волшебными словами» любого рекламного материала являются:

- новый;
- сегодня;
- уникальный;
- наконец-то;
- бесплатно;
- удивительный;
- прорыв;
- быстрый;
- распродажа;
- простой;
- особый;
- впервые.

Разработайте по два синонима к каждому «волшебному слово»?

4. ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ РУБЕЖНОГО КОНТРОЛЯ

4.1. Порядок проведения рубежного контроля

Рубежный контроль проводится в 2 этапа. На первом этапе студент решает тесты. На втором этапе студент решает практические задания: демонстрирует способность находить



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)

Костанайский филиал

Кафедра экономики

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Организация рекламной деятельности на малом предприятии» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Управление малым бизнесом» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент

Версия документа - 1

стр. 9 из 11

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

организационно-управленческие решения и готовность нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений, а также владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности.

4.2. Критерии оценивания рубежного контроля по видам оценочных средств

4.2.1 Критерии оценивания тестов

Максимальный балл за ответ на тесты – 10 баллов.

Отлично/ 9-10 баллов	Хорошо/ 7-8 баллов	Удовлетворительно/ 5-6 баллов	Неудовлетворительно/ 0-4 баллов
Высокий уровень освоения проверяемых компетенций	Продвинутый уровень освоения проверяемых компетенций	Пороговый уровень освоения проверяемых компетенций	Недостаточный уровень освоения проверяемых компетенций
Демонстрируются: глубокое и прочное усвоение программного материала, свободное владение материалом, правильное применение терминологии, способность находить организационно-управленческие решения и готовность нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений, а также владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности.	Демонстрируются: знание программного материала, правильное применение теоретических знаний, владение необходимыми терминами, способность находить организационно-управленческие решения и готовность нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений, а также владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности.	Демонстрируются: усвоение основного материала, при ответе допускаются неточности, имеются затруднения в использовании терминологии, недостаточно сформирована способность находить организационно-управленческие решения и готовность нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений, а также владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности.	Демонстрируются: незнание программного материала, при ответе возникают ошибки, затруднения при использовании терминологии, не сформирована способность находить организационно-управленческие решения и готовность нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений, а также владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности.

4.2.2 Критерии оценивания практического задания

Максимальный балл за выполнение практических заданий – 10 баллов.

Отлично/ 9-10 баллов	Хорошо/ 7-8 баллов	Удовлетворительно/ 5-6 баллов	Неудовлетворительно/ 0-4 баллов
Высокий уровень освоения проверяемых компетенций	Продвинутый уровень освоения проверяемых компетенций	Пороговый уровень освоения проверяемых компетенций	Недостаточный уровень освоения проверяемых компетенций
Студент имеет глубокие знания учебного материала по теме практической работы, показывает усвоение взаимосвязи основных понятий	Студент показал знание учебного материала, усвоил основную литературу, смог ответить почти полно на все заданные дополнительные и уточняющие вопросы.	Студент в целом освоил материал практической работы, ответил не на все уточняющие и дополнительные вопросы. Студент затрудняется с	Студент имеет существенные пробелы в знаниях основного учебного материала практической работы, который полностью не раскрыл содержание



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Костанайский филиал
Кафедра экономики

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Организация рекламной деятельности на малом предприятии» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Управление малым бизнесом» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент

Версия документа - 1

стр. 10 из 11

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

используемых в работе, смог ответить на все уточняющие и дополнительные вопросы. Студент демонстрирует знания теоретического и практического материала по теме практической работы, определяет взаимосвязи между показателями задачи, даёт правильный алгоритм решения, определяет междисциплинарные связи по условию задания, демонстрирует способность находить организационно-управленческие решения и готовность нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений, а также владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности.	Студент демонстрирует знания теоретического и практического материала по теме практической работы, допуская незначительные неточности при решении задач, имея неполное понимание междисциплинарных связей при правильном выборе алгоритма решения задания, демонстрирует способность находить организационно-управленческие решения и готовность нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений, а также владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности.	правильной оценкой предложенной задачи, даёт неполный ответ, требующий наводящих вопросов преподавателя, выбор алгоритма решения задачи возможен при наводящих вопросах преподавателя, демонстрирует недостаточную способность находить организационно-управленческие решения и готовность нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений, а также владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности.	вопросов, не смог ответить на уточняющие и дополнительные вопросы. Студент даёт неверную оценку ситуации, неправильно выбирает алгоритм действий, не сформирована способность находить организационно-управленческие решения и готовность нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений, а также владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности.
--	--	--	---

4.3. Результаты рубежного контроля и уровни сформированности компетенций

При подведении итогов учитываются результаты текущего контроля. Полученные за текущий контроль баллы суммируются с баллами, полученными за каждый этап при прохождении рубежного контроля.

Критерии оценивания уровня освоения дисциплинарных компетенций на рубежном контроле:

«отлично» (А, А-; 4.0 – 3.67; 90 – 100%) – студент полностью выполнил задание, показал отличные знания и умения в рамках усвоенного учебного материала, работа оформлена аккуратно и в соответствии с предъявляемыми требованиями.

«хорошо» (В+, В, В-; 3.33 – 2.67; 75 – 89%) – студент полностью выполнил задание, показал хорошие знания и умения, но не смог обосновать оптимальность предложенного решения, есть недостатки в оформлении работы.

«удовлетворительно» (С+, С, С-, D+, D; 2.33 – 1.0; 50 – 74%) – студент полностью выполнил задание, но допустил существенные неточности, не проявил умения правильно интерпретировать полученные результаты, качество оформления работы имеет недостаточный уровень.

«неудовлетворительно» (F; 0; 0 – 49%) – студент не полностью выполнил задание, при этом проявил недостаточный уровень знаний и умений, а также не способен пояснить полученный результат.

Особенности проведения процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья обозначены в рабочей программе дисциплины (модуля).



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Костанайский филиал
Кафедра экономики

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Организация рекламной деятельности на малом предприятии» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Управление малым бизнесом» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент

Версия документа - 1

стр. 11 из 11

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

Уровни сформированности компетенций определяется следующим образом.

1. Высокий уровень сформированности компетенций соответствует оценке «отлично», предполагает формирование компетенций на высоком уровне, готовность к самостоятельной профессиональной деятельности.
2. Продвинутый уровень соответствует оценке «хорошо», предполагает формирование компетенций на более высоком уровне.
3. Пороговый уровень соответствует оценке «удовлетворительно», предполагает формирование компетенций на начальном уровне.
4. Недостаточный уровень соответствует оценке «неудовлетворительно».

Отметки о продлении срока действия

Фонд оценочных средств пролонгирован на 2022 / 2023 учебный год решением учёного совета Костанайского филиала ФГБОУ ВО «ЧелГУ» от «26» мая 2022 г. Протокол № 12
Фонд оценочных средств пролонгирован на 2023 / 2024 учебный год решением учёного совета Костанайского филиала ФГБОУ ВО «ЧелГУ» от «25» мая 2023 г. Протокол № 10
Фонд оценочных средств пролонгирован на 20__ / 20__ учебный год решением учёного совета Костанайского филиала ФГБОУ ВО «ЧелГУ» от «__» _____ 20__ г. Протокол № ____