

**Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Национальный исследовательский университет «МЭИ»**

Направление подготовки/специальность: 38.04.02 Менеджмент

Наименование образовательной программы: Ивент-менеджмент в сфере физической культуры и спорта

Уровень образования: высшее образование - магистратура

Форма обучения: Очная

**Оценочные материалы
по дисциплине
Технологии организации массовых мероприятий**

**Москва
2024**

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ РАЗРАБОТАЛ:

Разработчик

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Кахальников М.В.
	Идентификатор	R7ecedcd1-KakhnikovMV-51d2b6

М.В.
Кахальников

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель
образовательной
программы

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Бриленок Н.Б.
	Идентификатор	R25083530-BrilenokNB-0e5e1a58

Н.Б.
Бриленок

Заведующий
выпускающей кафедрой

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Бриленок Н.Б.
	Идентификатор	R25083530-BrilenokNB-0e5e1a58

Н.Б.
Бриленок

ОБЩАЯ ЧАСТЬ

Оценочные материалы по дисциплине предназначены для оценки достижения обучающимися запланированных результатов обучения по дисциплине, этапа формирования запланированных компетенций и уровня освоения дисциплины.

Оценочные материалы по дисциплине включают оценочные средства для проведения мероприятий текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

Формируемые у обучающегося компетенции:

1. ПК-1 Способен планировать деятельность организации в области физической культуры и массового спорта

ИД-1 Демонстрирует способности планировать деятельность организации в области физической культуры и массового спорта

и включает:

для текущего контроля успеваемости:

Форма реализации: Письменная работа

1. Менеджмент в культурно-досуговой деятельности (Тестирование)
2. Основы технологии культурно-досуговой деятельности (Реферат)

Форма реализации: Устная форма

1. Основные направления, формы и методы организации досуга практическое занятие (Семинар)
2. Сущность, социальные функции и принципы культурно-досуговой деятельности (Семинар)

БРС дисциплины

3 семестр

Перечень контрольных мероприятий текущего контроля успеваемости по дисциплине:

- КМ-1 Сущность, социальные функции и принципы культурно-досуговой деятельности (Семинар)
- КМ-2 Основные направления, формы и методы организации досуга практическое занятие (Семинар)
- КМ-3 Основы технологии культурно-досуговой деятельности (Реферат)
- КМ-4 Менеджмент в культурно-досуговой деятельности (Тестирование)

Вид промежуточной аттестации – Зачет с оценкой.

Раздел дисциплины	Веса контрольных мероприятий, %				
	Индекс КМ:	КМ-1	КМ-2	КМ-3	КМ-4
	Срок КМ:	4	8	12	16
Сущность, социальные функции и принципы культурно-досуговой деятельности					

Сущность культурно-досуговой деятельности	+			
Компоненты системы культурно-досуговой деятельности	+			
Основные направления, формы и методы организации досуга практическое занятие				
Культурно-досуговая среда учреждений досуга		+		
История зарубежных массовых представлений		+		
Основы технологии культурно-досуговой деятельности				
Составные части технологического процесса			+	
Формирование и выбор целей			+	
Менеджмент в культурно-досуговой деятельности				
Управленческий труд как часть общего технологического процесса				+
Вес КМ:	25	25	25	25

СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ

I. Оценочные средства для оценки запланированных результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Индекс компетенции	Индикатор	Запланированные результаты обучения по дисциплине	Контрольная точка
ПК-1	ИД-1 _{ПК-1} Демонстрирует способности планировать деятельность организации в области физической культуры и массового спорта	Знать: основы управления культурными процессами и основы творческо-производственной деятельности основные принципы психологии управления Уметь: использовать полученные знания при анализе проблем управления социальными процессами, системы массовых коммуникаций использовать полученные знания по созданию творческой программы	КМ-1 Сущность, социальные функции и принципы культурно-досуговой деятельности (Семинар) КМ-2 Основные направления, формы и методы организации досуга практическое занятие (Семинар) КМ-3 Основы технологии культурно-досуговой деятельности (Реферат) КМ-4 Менеджмент в культурно-досуговой деятельности (Тестирование)

II. Содержание оценочных средств. Шкала и критерии оценивания

КМ-1. Сущность, социальные функции и принципы культурно-досуговой деятельности

Формы реализации: Устная форма

Тип контрольного мероприятия: Семинар

Вес контрольного мероприятия в БРС: 25

Процедура проведения контрольного мероприятия: Студенты готовят заранее ответы на полученные вопросы и отвечают на практическом занятии.

Краткое содержание задания:

Изучить теоретические материалы и подготовить устные ответы на заранее полученные вопросы

Контрольные вопросы/задания:

Запланированные результаты обучения по дисциплине	Вопросы/задания для проверки
Знать: основные принципы психологии управления	1. Что представляет собой коммуникационный процесс, и какие элементы он включает? 2. Какие виды и типы каналов коммуникации существуют? Какие вы знаете особенности применения личных и безличных коммуникаций?

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5 («отлично»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 70

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "отлично" выставляется если задание выполнено в полном объеме или выполнено преимущественно верно

Оценка: 4 («хорошо»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 60

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "хорошо" выставляется если большинство вопросов раскрыто. выбрано верное направление для решения задач

Оценка: 3 («удовлетворительно»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 50

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "удовлетворительно" выставляется если задание преимущественно выполнено

Оценка: 2 («неудовлетворительно»)

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "неудовлетворительно" выставляется если задание выполнено неверно или преимущественно не выполнено

КМ-2. Основные направления, формы и методы организации досуга **практическое занятие**

Формы реализации: Устная форма

Тип контрольного мероприятия: Семинар

Вес контрольного мероприятия в БРС: 25

Процедура проведения контрольного мероприятия: Студенты готовят заранее ответы на полученные вопросы и отвечают на практическом занятии.

Краткое содержание задания:

Изучить теоретические материалы и подготовить устные ответы на заранее полученные вопросы

Контрольные вопросы/задания:

Запланированные результаты обучения по дисциплине	Вопросы/задания для проверки
Знать: основы управления культурными процессами и основы творческо-производственной деятельности	1. Внутренняя и внешняя среда предприятия.

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5 («отлично»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 70

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "отлично" выставляется если задание выполнено в полном объеме или выполнено преимущественно верно

Оценка: 4 («хорошо»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 60

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "хорошо" выставляется если большинство вопросов раскрыто, выбрано верное направление для решения задач

Оценка: 3 («удовлетворительно»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 50

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "удовлетворительно" выставляется если задание преимущественно выполнено

Оценка: 2 («неудовлетворительно»)

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "неудовлетворительно" выставляется если задание выполнено неверно или преимущественно не выполнено

КМ-3. Основы технологии культурно-досуговой деятельности

Формы реализации: Письменная работа

Тип контрольного мероприятия: Реферат

Вес контрольного мероприятия в БРС: 25

Процедура проведения контрольного мероприятия: Студенты получают список тем, рекомендованных для написания реферата, за ними закрепляется определённая тема, после чего они работают на выполнении.

Краткое содержание задания:

1. Роль комплекса коммуникаций в системе маркетинга
2. Реклама в системе маркетинга
3. Реклама в маркетинговой деятельности предприятия
4. Рекламная деятельность в сети Интернет
5. Реклама как средство продвижения услуг
6. Рекламная деятельность предприятий торговли/культурно-досуговых учреждений (на конкретном примере)
7. Социальная реклама
8. Правовое обеспечение рекламной деятельности
9. Работа рекламного агентства/агента (на конкретном примере)
10. Психология рекламы
11. Организация рекламной деятельности

12. Реклама и общество
13. Фирменный стиль в рекламной деятельности предприятия
14. Маркетинговые коммуникации в сфере услуг
15. Маркетинговые коммуникации - системный подход
16. Управление связями с общественностью на предприятии
17. Выставки и ярмарки при осуществлении связей с общественностью
18. Презентации, их цели и особенности проведения
19. Конференции, их виды и правила подготовки
20. Пресс-конференции, их назначение и подготовка к проведению
21. Роль и место отношений с потребителями в системе связей с общественностью
22. Организация общественных связей между предпринимателями
23. Благотворительность предпринимателей как инструмент формирования общественного мнения
24. Организация выборных кампаний

Контрольные вопросы/задания:

Запланированные результаты обучения по дисциплине	Вопросы/задания для проверки
Уметь: использовать полученные знания по созданию творческой программы	1. Укажите цели проведения и выделите этапы организации коммуникаций фирмы. 2. Каковы социально-этические аспекты маркетинговых коммуникаций?

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5 («отлично»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 70

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "отлично" выставляется если задание выполнено в полном объеме или выполнено преимущественно верно

Оценка: 4 («хорошо»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 60

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "хорошо" выставляется если большинство вопросов раскрыто. выбрано верное направление для решения задач

Оценка: 3 («удовлетворительно»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 50

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "удовлетворительно" выставляется если задание преимущественно выполнено

Оценка: 2 («неудовлетворительно»)

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "неудовлетворительно" выставляется если задание выполнено неверно или преимущественно не выполнено

КМ-4. Менеджмент в культурно-досуговой деятельности

Формы реализации: Письменная работа

Тип контрольного мероприятия: Тестирование

Вес контрольного мероприятия в БРС: 25

Процедура проведения контрольного мероприятия: Технология проверки связана с выполнением контрольного теста по изученной теме. Время, отведенное на выполнение задания, устанавливается не более 30 минут.

Краткое содержание задания:

1. Планирование маркетинга это:

- а) установка маркетинговых целей, выбор стратегии и разработка действий по их выполнению
- б) определение направлений деятельности предприятия по рынкам и товарам
- в) набор взаимосвязанных стратегий в различных сферах деятельности предприятия по реализации его миссии

2. Какие факторы оказывают влияние на покупательское поведение:

- а) культурные и социальные
- б) личностные
- в) все вышеперечисленные

3. Назовите основные отличия закупок организации от потребительской покупки:

- а) организация закупает товар с целью повышения качества своей продукции
- б) организации приобретают товары с целью удовлетворения нужды своей внутренней клиентуры
- в) организации приобретают товары с целью извлечь прибыль, сократить издержки, удовлетворить свои нужды или выполнить общественные или правовые обязанности

4. Прямой канал распределения - это:

- а) когда производители и потребители непосредственно взаимодействуют друг с другом
- б) тип канала, в который включены посредники
- в) правильного ответа нет

5. К функциям оптовой торговли не относится:

- а) создание товарных знаков
- б) продажа товаров конечному потребителю
- в) комплектование мелких партий для розничной торговли

6. Под розничным товарооборотом понимается:

- а) объем товаров, продаваемый покупателям
- б) объем товаров в сфере потребления
- в) объем реализации товаров в денежном выражении

7. Какие виды маркетинговых коммуникаций вам известны:

- а) реклама, стимулирование сбыта, ценообразование, пропаганда
- б) реклама, стимулирование сбыта, личная продажа, пропаганда
- в) пропаганда, реклама, личная продажа, товародвижение

8. Общественная реклама выполняет функции:

- а) информационную и престижную
- б) барьерную
- в) все ответы верны

9. Экономическую эффективность рекламы определяет:

- а) яркость и красочность рекламы
- б) искусство производить психологическое воздействие на людей
- в) увеличение реализации товаров после повышения цен

10. Какое определение публичных отношений, по вашему мнению, правильное

- а) публичные отношения - это реклама продукции в средствах массовой информации

- б) публичный рилейшнз - это планируемые продолжительные усилия, направленные на создание и поддержание доброжелательных отношений и взаимопонимания между организацией и общественностью
- в) и то, и другое верно

Контрольные вопросы/задания:

Запланированные результаты обучения по дисциплине	Вопросы/задания для проверки
Уметь: использовать полученные знания при анализе проблем управления социальными процессами, системы массовых коммуникаций	1. Фитнесс-центр Фитнесс-центр предлагает клиентам типовой набор услуг – различные виды боевых искусств, спортивные танцы, занятия йогой, тренажерный зал. С целью увеличения спроса было решено направить усилия на привлечение семей существующих клиентов. Какие формы современных маркетинговых коммуникаций можно использовать в коммуникационном комплексе фирмы? Приведите примеры.

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5 («отлично»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 70

Описание характеристики выполнения задания: Оценка "отлично" выставляется если задание выполнено в полном объеме или выполнено преимущественно верно

Оценка: 4 («хорошо»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 60

Описание характеристики выполнения задания: Оценка "хорошо" выставляется если большинство вопросов раскрыто. выбрано верное направление для решения задач

Оценка: 3 («удовлетворительно»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 50

Описание характеристики выполнения задания: Оценка "удовлетворительно" выставляется если задание преимущественно выполнено

Оценка: 2 («неудовлетворительно»)

Описание характеристики выполнения задания: Оценка "неудовлетворительно" выставляется если задание выполнено неверно или преимущественно не выполнено

СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

3 семестр

Форма промежуточной аттестации: Зачет с оценкой

Пример билета

1. Комплексные оценки эффективности инструментов PR и рекламы: количественные и качественные.

Процедура проведения

Студенты получают список из вопросов за месяц до сдачи экзамена, в день экзамена получают билет с двумя вопросами и по классической схеме отвечают на эти вопросы

1. Перечень компетенций/индикаторов и контрольных вопросов проверки результатов освоения дисциплины

1. Компетенция/Индикатор: ИД-1_{ПК-1} Демонстрирует способности планировать деятельность организации в области физической культуры и массового спорта

Вопросы, задания

- 1.1. Комплексные оценки эффективности инструментов PR и рекламы: количественные и качественные.
2. Особенности личных продаж.
3. Охарактеризуйте преимущества наружной рекламы
4. Отличия Outdoor и Indoor-рекламы.
5. Правовое регулирование рекламы и PR.
6. Особенности коммуникаций в социальных сетях.
7. Инструменты масс-медиа.
8. Базовая модель организации рекламной кампании.
9. Цели и задачи медиапланирования.
10. Стратегические задачи маркетинговых коммуникаций.
11. Базовая модель организации рекламной деятельности.
12. PR как рационально структурированная система коммуникационного обеспечения деятельности организации.
13. Коммуникации в выставочной деятельности.
14. Работа выставочного экспонента: обоснование участия, разработка стенда, мотивация стендистов.
15. Контекстная реклама: виды таргетинга целевой аудитории.
16. Коммуникационная программа: этапы.
17. Функции и должностные обязанности коммуникационного отдела фирмы.
18. Инструменты стимулирования сбыта на розничном рынке.
19. Аутсорсинг рекламных функций: плюсы и минусы.
- 2.20. Классификация рекламы в торговых сетях с учётом глобализации рынка.
21. Мерчендайзинг: планирование пространства.
22. Маркетинговые коммуникации: стратегический, тактический и результативный блоки реализации маркетинговой деятельности.
23. Участники стимулирования сбыта: клиенты, персонал.
24. Контекстная реклама: виды таргетинга целевой аудитории.
25. Виды стимулирования продаж

- . 26. Стратегии клиентинга.
27. Основные критерии эффективности медиапланирования.
28. Охарактеризуйте каналы распространения рекламы.
29. Основные цели мерчендайзинга.
30. Взаимодействие рекламодателя и рекламного агентства.
31. Виды и особенности Интернет-рекламы: контекстная, медийная.
32. Основные функции рекламодателя.
33. Факторы эффективности упаковки.
34. Признаки классификации видов рекламы.
35. Целевые группы Рунета: характеристики и особенности.
36. POS-материалы: виды и особенности применения.
37. Креативные методы в построении коммуникаций.
38. Концепция, функции, цели маркетинговых коммуникаций.
39. Организация рекламного отдела и его задачи. 40. Особенности ивент-маркетинга.

Материалы для проверки остаточных знаний

1.1. К какому элементу маркетинга относится реклама?

- а) товар;
- б) цена;
- в) система распределения;
- г) комплекс стимулирования.

2. Коммуникант – это:

- а) получатель информации;
- б) отправитель информации;
- в) участник процесса передачи информации;
- г) источник информации

3 Воздействие на человека с целью побудить его приобрести те или иные товары или услуги это

- а) информативная функция рекламы;
- б) социальная функция рекламы;
- в) увещательная функция рекламы;
- г) имиджевая функция рекламы.

2.1. К средствам по связям с общественностью можно отнести

- а) подготовка сообщений для прессы;
- б) скидки;
- в) профессиональные выставки и ярмарки;
- г) цена

2. Как называется канал коммуникации, в котором напрямую участвуют двое и более лиц?

- а) личная коммуникация;
- б) неличная коммуникация;
- в) информация;
- г) исследование.

3. Наиболее эффективен рекламный бюджет, который сформирован:

- а) по остаточному принципу;
- б) по методу прошлого периода;
- в) по методу целей и задач;
- г) пропорционально объемам сбыта.

II. Описание шкалы оценивания

Оценка: 5 («отлично»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 70

Описание характеристики выполнения знания: Работа выполнена в рамках "продвинутого" уровня. Ответы даны верно, четко сформулированные особенности практических решений

Оценка: 4 («хорошо»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 60

Описание характеристики выполнения знания: Работа выполнена в рамках "базового" уровня. Большинство ответов даны верно. В части материала есть незначительные недостатки

Оценка: 3 («удовлетворительно»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 50

Описание характеристики выполнения знания: Работа выполнена в рамках "порогового" уровня. Основная часть задания выполнена верно.

Оценка: 2 («неудовлетворительно»)

Описание характеристики выполнения знания: Работа не выполнена или выполнена преимущественно неправильно

III. Правила выставления итоговой оценки по курсу