

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

**Направление подготовки/специальность: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Наименование образовательной программы: Медиа коммуникации и дизайн в рекламе
Уровень образования: высшее образование - бакалавриат
Форма обучения: Очная**

**Оценочные материалы
по дисциплине
Бизнес-коммуникации и нетворкинг**

**Москва
2024**

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ РАЗРАБОТАЛ:

Разработчик

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Курилов С.Н.
	Идентификатор	R2f2f52fe-KurilovSN-7d2d7cde

С.Н. Курилов

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель
образовательной
программы

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Курилов С.Н.
	Идентификатор	R2f2f52fe-KurilovSN-7d2d7cde

С.Н.
Курилов

Заведующий
выпускающей кафедрой

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Курилов С.Н.
	Идентификатор	R2f2f52fe-KurilovSN-7d2d7cde

С.Н.
Курилов

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 разрабатывать и выбирать оптимальную PR-стратегию и организовывать комплексные мероприятия в рамках ее реализации

ИД-1 Применяет навыки по проектированию основных этапов PR-стратегии

ИД-2 Демонстрирует способности выбирать оптимальную PR-стратегию

и включает:

для текущего контроля успеваемости:

Форма реализации: Письменная работа

1. Бизнес-коммуникации и нетворкинг (Тестирование)

2. Инновационный проект и разработка новых товаров и услуг (Тестирование)

3. Конкуренция и маркетинговые исследования в бизнес-коммуникациях (Контрольная работа)

4. Навыки эффективной коммуникации и успешного нетворкинга (Контрольная работа)

БРС дисциплины

8 семестр

Перечень контрольных мероприятий текущего контроля успеваемости по дисциплине:

КМ-1 Бизнес-коммуникации и нетворкинг (Тестирование)

КМ-2 Инновационный проект и разработка новых товаров и услуг (Тестирование)

КМ-3 Конкуренция и маркетинговые исследования в бизнес-коммуникациях (Контрольная работа)

КМ-4 Навыки эффективной коммуникации и успешного нетворкинга (Контрольная работа)

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
Бизнес-коммуникации и нетворкинг					
Общая концепция и основы: бизнес-коммуникации и нетворкинг		+			
Инновационный проект и разработка новых товаров и услуг					

Определение инновационного проекта		+		
Бизнес-план как эффективный инструмент разработки новых товаров и услуг		+		
Конкуренция и маркетинговые исследования в бизнес-коммуникациях				
Роль конкуренции в бизнес-планировании			+	
Маркетинговые исследования в бизнес-планировании			+	
Работа с подрядными организациями. Навыки эффективной коммуникации и успешного нетворкинга				
Планирование производства				+
Организация, управление, кадры в бизнес-планировании				+
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} Применяет навыки по проектированию основных этапов PR-стратегии	Знать: ключевые составляющие эффективной коммуникации Уметь: выстраивает результативное общение с учетом каналов коммуникации	КМ-1 Бизнес-коммуникации и нетворкинг (Тестирование) КМ-3 Конкуренция и маркетинговые исследования в бизнес-коммуникациях (Контрольная работа)
пк-1	ИД-2 _{пк-1} Демонстрирует способности выбирать оптимальную PR-стратегию	Знать: инициирует, выстраивает и поддерживает деловые контакты на разных уровнях Уметь: находить новые рыночные возможности и формулировать бизнес-идею	КМ-2 Инновационный проект и разработка новых товаров и услуг (Тестирование) КМ-4 Навыки эффективной коммуникации и успешного нетворкинга (Контрольная работа)

II. Содержание оценочных средств. Шкала и критерии оценивания

КМ-1. Бизнес-коммуникации и нетворкинг

Формы реализации: Письменная работа

Тип контрольного мероприятия: Тестирование

Вес контрольного мероприятия в БРС: 25

Процедура проведения контрольного мероприятия: Задание выполняется индивидуально, время на выполнение 20 минут.

Краткое содержание задания:

Выполнение теста по разделу 1 “Бизнес-планирование”

Контрольные вопросы/задания:

Запланированные результаты обучения по дисциплине	Вопросы/задания для проверки
Знать: ключевые составляющие эффективной коммуникации	1.Товарная политика предприятия включает в себя а) создание и запуск в производство новых товаров и исключение из производственной программы товаров, потерявших потребительский спрос + б) ценовую политику в) экономическую политику 2.Ресурсы, полученные и контролируемые субъектом в результате событий прошлых периодов, от которых ожидается получение экономической выгоды в будущем а) пассивы б) активы + в) доход 3.Страховой случай наступает после а) оценки ущерба б) страхового возмещения в) страховой оценки объекта страхования + 4.Товарное предложение представляет собой а) сумму денежных средств, которую население может предъявить для покупки товаров и оплаты услуг б) вынесенную на рынок платежеспособную потребность населения в) продукт, который уже находится на рынке или может быть на него доставлен + 5.Скорость превращения различных ресурсов фирмы в денежную форму, которая оказывает непосредственное влияние на ее ликвидность, платежеспособность и рентабельность а) оборачиваемость + б) оборотность в) оборот 6.Нижний предел цены определяется а) как сумма себестоимости и затрат на оплату труда б) на уровне себестоимости

Запланированные результаты обучения по дисциплине	Вопросы/задания для проверки
	в) как сумма издержек и минимальной прибыли + 7. Вид маркетинга, направленный на снижение чрезмерного спроса на товар или услугу а) премаркетинг б) демаркетинг + в) послемаркетинг 8. Убеждающее средство информации о товаре или фирме, коммерческая пропаганда потребительских свойств товара и достоинств деятельности фирмы, готовящая активного и потенциального покупателя к покупке а) реклама + б) маркетинг в) представление 9. Покупательский спрос на продукцию (услуги) на рынке в целом и по отдельным товарам, продавцам, регионам характеризуют такой показатель, как а) потребительский потенциал + б) соотношение спроса и предложения в) товарная структура товарооборота 10. Возможной функцией упаковки конкретного товара, которые необходимо привести в бизнес-плане, является а) обеспечение качества самого товара б) создание возможности обзора содержащегося в упаковке товара + в) обеспечение качества эксплуатации товара

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5 («отлично»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 85

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: 70

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: 55

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. Инновационный проект и разработка новых товаров и услуг

Формы реализации: Письменная работа

Тип контрольного мероприятия: Тестирование

Вес контрольного мероприятия в БРС: 25

Процедура проведения контрольного мероприятия: Задание выполняется индивидуально, время на выполнение 20 минут.

Краткое содержание задания:

Выполнение теста по разделам “Инновационный проект и разработка новых товаров и услуг” и “Конкуренция и маркетинговые исследования в бизнес-планировании”

Контрольные вопросы/задания:

Запланированные результаты обучения по дисциплине	Вопросы/задания для проверки
Знать: иницирует, выстраивает и поддерживает деловые контакты на разных уровнях	1.Бизнес-план имеет следующие два направления • внутреннее и внешнее • долгосрочное и краткосрочное • стратегическое и тактическое • техническое и экономическое 2.В чем состоит основная цель разработки инвестиционного проекта • выбор оптимального варианта технического перевооружения предприятия • обоснование технической возможности и целесообразности создания объекта предпринимательской деятельности • получение прибыли при вложении капитала в объект предпринимательской деятельности • проведение финансового оздоровления 3.Для предпринимателя, который знает, что он действует на стабильном и насыщенном рынке, лучшим решением будет направить свои маркетинговые усилия на • избирательный (специфический) спрос • общие потребности (общий спрос) • первичный спрос • потенциальный спрос 4.Изъятие существующих продуктов из производственной программы предприятия; прекращение производства товара; вывод товара с рынка как потерявшего конкурентоспособность на рынке и спрос – это • вариация имиджа товара • вариация товара • конкурентоспособность товара • элиминация 5.Инвестиции могут осуществляться в форме (укажите не менее 2-х вариантов ответов) • денежных средств • зданий, сооружений, машин, оборудования и другого имущества • информационной поддержки нематериальных активов, оцениваемых денежным эквивалентом 6.Инвестиционный проект

Запланированные результаты обучения по дисциплине	Вопросы/задания для проверки
	• может разрабатываться на базе бизнес-плана предприятия и рассматриваться как его составная часть • это самостоятельный документ 7.Инновационные бизнес-проекты классифицируются следующим образом • нет верного варианта • социальные, организационные, коммерческие • технические, коммерческие, социальные • экономические, социальные, организационные 8.Какая стратегия маркетинга требует от фирмы организации ее деятельности на нескольких сегментах со специально для них разработанными товарами и маркетинговыми программами • дифференцированного • концентрированного • недифференцированного • поддерживающего 9.Назначение бизнес-плана состоит в следующем • верны все варианты • изучить перспективы развития будущего рынка сбыта • обнаружить возможные опасности • определить критерии и показатели оценки бизнеса • оценить затраты для изготовления и сбыта продукции 10.Какая группа факторов составляет основу для позиционирования продукта • восприятие продуктов потребителями • намерение потребителей совершить покупку • поведение покупателей после покупки • поведение покупателей при покупке

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5 («отлично»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 85

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: 70

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: 55

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. Конкуренция и маркетинговые исследования в бизнес-коммуникациях

Формы реализации: Письменная работа

Тип контрольного мероприятия: Контрольная работа

Вес контрольного мероприятия в БРС: 25

Процедура проведения контрольного мероприятия: Задание выполняется индивидуально, время на выполнение 40 минут.

Краткое содержание задания:

Контрольная работа по разделу "Планирование производства. Организация, управление и кадры". Дать развернутый ответ на вопросы в письменном виде

Контрольные вопросы/задания:

Запланированные результаты обучения по дисциплине	Вопросы/задания для проверки
Уметь: выстраивает результативное общение с учетом каналов коммуникации	1. Местонахождение организации 2. Объем выпуска продукции 3. Производственные мощности 4. Организационная структура 5. Требования к руководящему составу 6. Управление и реализация проекта 7. Определение численности и отбора кадров 8. Мотивация трудовой деятельности и социальная инфраструктура 9. Система повышения квалификации сотрудников организации 10. Правовые аспекты осуществления проекта

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5 («отлично»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 80

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: 70

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. Навыки эффективной коммуникации и успешного нетворкинга

Формы реализации: Письменная работа

Тип контрольного мероприятия: Контрольная работа

Вес контрольного мероприятия в БРС: 25

Процедура проведения контрольного мероприятия: Задание выполняется индивидуально, время на выполнение 40 минут.

Краткое содержание задания:

Контрольная работа по разделу “Финансовые показатели и риски в бизнес-планировании”. Дать развернутый ответ на вопросы в письменном виде

Контрольные вопросы/задания:

Запланированные результаты обучения по дисциплине	Вопросы/задания для проверки
Уметь: находить новые рыночные возможности и формулировать бизнес-идею	1. Анализ основных показателей финансового положения 2. Планирование основных финансовых показателей 3. Определение точки безубыточности 4. План управления инвестициями 5. Виды потерь и риска 6. Классификация рисков 7. Показатели риска 8. Методы оценки рисков 9. Анализ и планирование риска 10. Бизнес-планирование в антикризисном управлении

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5 («отлично»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 80

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: 70

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

СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

8 семестр

Форма промежуточной аттестации: Зачет с оценкой

Пример билета

МЭИ	ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1 Кафедра менеджмента в энергетике и промышленности	Утверждаю Зав. кафедрой « » 201 г.
		Дисциплина «Бизнес-планирование»
		Инженерно - экономический институт
1. Особенности планирования в условиях рыночных отношений 2. Стратегия маркетинга 3. Практическое задание		

Процедура проведения

Экзамен проводится по билетам в устной форме. Время на подготовку к ответу - 45 минут

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

1. Компетенция/Индикатор: ИД-1_{ПК-1} Применяет навыки по проектированию основных этапов PR-стратегии

Вопросы, задания

1. Понятие, сущность, структура, назначение и формирование бизнес-плана
2. Цель и задачи бизнес-плана
3. Классификация инноваций
4. Новые виды продукции и услуг в результате реализации проекта
5. Конкуренция и её виды

Материалы для проверки остаточных знаний

1. Группа товаров, тесно связанных между собой в силу схожести их функционирования, называется

Ответы:

- a) товарным ассортиментом
- b) сегментом рынка
- c) маркировкой
- d) штриховым кодированием

Верный ответ: a) товарным ассортиментом

2. Концепция, которая описывает сбыт товара с момента поступления его на рынок и до момента снятия с продаж, определяет

Ответы:

- a) коммуникацию продукта
- b) стимулирование сбыта

- c) жизненный цикл товара
- d) позиционирование товара

Верный ответ: c) жизненный цикл товара

3.Период медленного роста сбыта, по мере выхода товара на рынок – это этап

Ответы:

- a) зрелости
- b) выведения на рынок
- c) упадка

Верный ответ: b) выведения на рынок

4.Совокупность лиц и организаций, закупающих товары и услуги, которые используются при производстве других товаров и услуг называется рынком

Ответы:

- a) производителей
- b) производительных услуг
- c) потребителей
- d) товаров промышленного назначения

Верный ответ: d) товаров промышленного назначения

5.При характеристике покупателя к факторам социального порядка относятся

Ответы:

- a) тип личности
- b) статус
- c) этап жизненного цикла семьи
- d) усвоение

Верный ответ: b) статус

2. Компетенция/Индикатор: ИД-2_{ПК-1} Демонстрирует способности выбирать оптимальную PR-стратегию

Вопросы, задания

- 1.Товарная и ассортиментная политика
- 2.Производственные мощности
- 3.Организационная структура
- 4.Анализ основных показателей финансового положения
- 5.Классификация рисков

Материалы для проверки остаточных знаний

1.Потребность, подкрепленная покупательской способностью – это

Ответы:

- a) товар
- b) нужда
- c) запрос
- d) услуга

Верный ответ: c) запрос

2.Все, что может удовлетворить потребность или нужду и предлагается на рынке для обмена называется

Ответы:

- a) товаром
- b) запросом
- c) обменом
- d) сделкой

Верный ответ: a) товаром

3.Акт получения от кого-либо желаемого объекта с предложением чего-либо взамен называется

Ответы:

- a) сделкой
- b) рынком
- c) обменом
- d) потребностью

Верный ответ: c) обменом

4. Как определить емкость рынка

Ответы:

- a) объем национального производства v + экспорт $э$ + импорт $и$
- b) $v + э - и$ — разница объема запасов (запасы возросли)
- c) $v + э - и$ — разница объема запасов (запасы возросли)
- d) $v - э + и$ — разница объема запасов (запасы возросли)
- e) $v - э + и$

Верный ответ: d) $v - э + и$ — разница объема запасов (запасы возросли)

5. Какую систему представляет из себя маркетинг

Ответы:

- a) производственную
- b) сбытовую
- c) производственно-сбытовую

Верный ответ: c) производственно-сбытовую

6. Маркетинг начинается

Ответы:

- a) с разработки и производства товара
- b) с изучения рынка и запросов потребителей
- c) с информационной рекламной кампании

Верный ответ: b) с изучения рынка и запросов потребителей

7. На какие рынки предпочтительнее выходить фирмам, продукция которых уступает аналогичной продукции конкурентов по качеству, степени наукоемкости, условиям обслуживания

Ответы:

- a) на рынки с высокой эластичностью спроса
- b) на рынки с низкой эластичностью спроса

Верный ответ: b) на рынки с низкой эластичностью спроса

II. Описание шкалы оценивания

Оценка: 5 («отлично»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 90

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: 75

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: 60

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

Оценка: 2 («неудовлетворительно»)

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

III. Правила выставления итоговой оценки по курсу

Оценка определяется в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе для студентов НИУ «МЭИ» на основании семестровой и экзаменационной составляющих.