

**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: Реклама и связи с общественностью

Уровень образования: высшее образование - бакалавриат

Форма обучения: Очная

**Оценочные материалы
по дисциплине
Технологии работы со спонсорами**

**Москва
2024**

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ РАЗРАБОТАЛ:

Разработчик

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Меркулов Д.В.
	Идентификатор	Rf8b92acd-MerkulovDVI-7ac05026

Д.В.
Меркулов

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель
образовательной
программы

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Родин А.Б.
	Идентификатор	Reb974a93-RodinAB-1ebf636b

А.Б. Родин

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. ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

ИД-1 Демонстрирует знания потребностей аудитории в продуктах профессиональной деятельности

2. ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

ИД-3 Демонстрирует знания норм профессиональной этики в процессе конструирования элементов медиакоммуникационных систем различного уровня

и включает:

для текущего контроля успеваемости:

Форма реализации: Письменная работа

1. Основные принципы спонсорства (Контрольная работа)
2. Оценка спонсорского проекта (Тестирование)
3. Составление спонсорского пакета (Тестирование)
4. Технологии привлечения спонсоров (Контрольная работа)

БРС дисциплины

6 семестр

Раздел дисциплины	Веса контрольных мероприятий, %				
	Индекс КМ:	КМ-1	КМ-2	КМ-3	КМ-4
	Срок КМ:	4	8	12	16
Основные принципы спонсорства					
Основные принципы спонсорства как основа имиджа современной компании		+			
Информационные спонсоры		+			
Технологии привлечения спонсоров					
Планирование спонсорского проекта			+		
Планирование бюджета проекта			+		

Составление спонсорского пакета				
Типы и виды спонсорских пакетов			+	
Телефонные переговоры с потенциальным спонсором			+	
Управление и оценка спонсорского проекта				
Прагматическая сторона спонсоринговой кампании				+
Критерии оценки и отбора поддерживаемого проекта				+
Вес КМ:	25	25	25	25

\$Общая часть/Для промежуточной аттестации\$

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
ОПК-4	ИД-1 _{ОПК-4} Демонстрирует знания потребностей аудитории в продуктах профессиональной деятельности	Знать: основные составляющие технологий организации и проведения кампаний по привлечению инвестиций Уметь: обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы	Основные принципы спонсорства (Контрольная работа) Составление спонсорского пакета (Тестирование)
ОПК-5	ИД-3 _{ОПК-5} Демонстрирует знания норм профессиональной этики в процессе конструирования элементов медиакommunikационных систем различного уровня	Знать: принципы разработки и планирования мероприятий по привлечению средств Уметь: оперативно принимать решения, в том числе в кризисных ситуациях; иметь способность к	Технологии привлечения спонсоров (Контрольная работа) Оценка спонсорского проекта (Тестирование)

		выработке нестандартных решений	
--	--	------------------------------------	--

II. Содержание оценочных средств. Шкала и критерии оценивания

КМ-1. Основные принципы спонсорства

Формы реализации: Письменная работа

Тип контрольного мероприятия: Контрольная работа

Вес контрольного мероприятия в БРС: 25

Процедура проведения контрольного мероприятия: Контрольная работа проводится в рамках практического занятия. Время на работу - не более одного часа.

Краткое содержание задания:

Контрольная точка направлена на проверку умений описать основные принципы спонсорства

Контрольные вопросы/задания:

Уметь: обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы	1.Цель информационного повода 2.В основе информационного повода лежит... 3.Свойства информационного повода 4.Мотивы спонсорства 5.Принципы спонсоринга
--	---

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5

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

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

Нижний порог выполнения задания в процентах: 50

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

Оценка: 2

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "не зачтено" выставляется если задание не выполнено в отведенный срок или результат не соответствует заданию

КМ-2. Технологии привлечения спонсоров

Формы реализации: Письменная работа

Тип контрольного мероприятия: Контрольная работа

Вес контрольного мероприятия в БРС: 25

Процедура проведения контрольного мероприятия: Контрольная работа проводится в рамках практического занятия. Время на работу - не более одного часа.

Краткое содержание задания:

Контрольная точка направлена на проверку умений описания технологии привлечения спонсоров

Контрольные вопросы/задания:

Уметь: оперативно принимать решения, в том числе в кризисных ситуациях; иметь способность к выработке нестандартных решений	1.Принцип плановости 2.Принцип комплексности 3.Принцип оперативности 4.Принцип непрерывности 5.Принцип объективности 6.Принцип законности 7.Принцип эффективности
---	---

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5

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

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

Нижний порог выполнения задания в процентах: 50

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

Оценка: 2

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

КМ-3. Составление спонсорского пакета

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. Количество попыток не более 3х.

Краткое содержание задания:

Контрольная точка направлена на проверку знаний составления спонсорского пакета

Контрольные вопросы/задания:

Знать: основные составляющие технологий организации и проведения кампаний по привлечению инвестиций	1.Какой вид спонсорства охватывает финансирование мероприятий с целью продвижения товаров или услуг компании? 1. Увеличение налоговых обязательств. 2. Повышение уровня конкуренции. 3. Расширение брендовой видимости и узнаваемости. + 4. Снижение затрат на производство.
---	---

	2.Какой вид спонсорства охватывает финансирование мероприятий с целью продвижения товаров или услуг компании? 1. Спонсорство образования 2. Спортивное спонсорство 3. Маркетинговое спонсорство + 4. Спонсорство искусства 3.Какое понятие означает долгосрочное стратегическое партнерство между компанией и спонсируемым событием или организацией? 1. Спонсорство мероприятий. 2. Финансовая поддержка. 3. Титульное спонсорство. + 4. Спонсорский взнос. 4.Какова цель благотворительного спонсорства? 1. Увеличение прибыли. 2. Повышение узнаваемости бренда. 3. Обеспечение социальной ответственности и поддержка общественных инициатив. + 4. Расширение производственных мощностей. 5.Что представляет собой «контрспонсорство»? 1. Спонсорство конкурирующей компании. 2. Отказ от спонсорской деятельности. 3. Деятельность по ограничению или противодействию спонсорству конкурента. + 4. Спонсорство государственных мероприятий.
--	--

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5

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

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

Нижний порог выполнения задания в процентах: 50

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

Оценка: 2

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

КМ-4. Оценка спонсорского проекта

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. Количество попыток не более 3х.

Краткое содержание задания:

Контрольная точка направлена на проверку знаний оценки спонсорского проекта

Контрольные вопросы/задания:

Знать: принципы разработки и планирования мероприятий по привлечению средств	1. Что представляет собой «спонсорская стоимость»? 1. 1. Стоимость товаров или услуг, предоставляемых спонсируемой стороной. 2. Рыночная стоимость акций компании-спонсора. 3. Финансовые ресурсы, выделяемые компанией на поддержку спонсорского проекта. + 4. Стоимость лицензии на спонсорство. 2. Что такое «спонсорская активация»? 1. 1. Прекращение спонсорской деятельности. 2. Разработка брендбука компании-спонсора. 3. Комплекс мероприятий по максимизации эффективности спонсорского партнерства и привлечению внимания к бренду. + 4. Обязательства компании-спонсора по выплате вознаграждения спонсируемой стороне. 3. Что такое «спонсорский пакет»? 1. 1. Коллекция продукции компании-спонсора. 2. Договорные обязательства спонсора. 3. Набор услуг и привилегий, предоставляемых компанией-спонсором в обмен на поддержку мероприятия или организацию. + 4. Ежегодный отчет о финансовых результатах компании-спонсора. 4. Что такое «спонсорский рынок»? 1. 1. Сегмент рынка, в котором компания является
--	---

	монополистом. 2. Сегмент рынка, охваченный спонсорской деятельностью, где компании конкурируют за право стать спонсорами. + 3. Специализированная биржа по обмену спонсорскими правами. 4. Сеть магазинов, специализирующихся на продаже спонсорской продукции. 5. Какие основные виды спонсорства существуют? 1. 1. Товарное 2. Государственное 3. Финансовое + 4. Образовательное
--	--

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5

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

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

Нижний порог выполнения задания в процентах: 50

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

Оценка: 2

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

СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

6 семестр

Форма промежуточной аттестации: Зачет с оценкой

Пример билета

1. Цель информационного повода
2. В основе информационного повода лежит...

Процедура проведения

Зачет выставляется по итогам выполнения текущих контрольных мероприятий

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

1. Компетенция/Индикатор: ИД-1_{ОПК-4} Демонстрирует знания потребностей аудитории в продуктах профессиональной деятельности

Вопросы, задания

1. Цель информационного повода
2. В основе информационного повода лежит...
3. Свойства информационного повода
4. Мотивы спонсорства
5. Принципы спонсоринга

Материалы для проверки остаточных знаний

1. Какой вид спонсорства охватывает финансирование мероприятий с целью продвижения товаров или услуг компании?

Ответы:

1. Увеличение налоговых обязательств.
2. Повышение уровня конкуренции.
3. Расширение брендовой видимости и узнаваемости.
4. Снижение затрат на производство

Верный ответ: 3

2. Какой вид спонсорства охватывает финансирование мероприятий с целью продвижения товаров или услуг компании?

Ответы:

1. 1. Спонсорство образования
2. 2. Спортивное спонсорство
3. 3. Маркетинговое спонсорство
4. 4. Спонсорство искусства

Верный ответ: 3

3. Какое понятие означает долгосрочное стратегическое партнерство между компанией и спонсируемым событием или организацией?

Ответы:

1. 1. Спонсорство мероприятий.

2. Финансовая поддержка.
3. Титульное спонсорство.
4. Спонсорский взнос.

Верный ответ: 3

4. Какова цель благотворительного спонсорства?

Ответы:

1. 1. Увеличение прибыли.
2. Повышение узнаваемости бренда.
3. Обеспечение социальной ответственности и поддержка общественных инициатив.
4. Расширение производственных мощностей.

Верный ответ: 3

5. Что представляет собой «контрспонсорство»?

Ответы:

1. 1. Спонсорство конкурирующей компании.
2. Отказ от спонсорской деятельности.
3. Деятельность по ограничению или противодействию спонсорству конкурента.
4. Спонсорство государственных мероприятий.

Верный ответ: 3

2. Компетенция/Индикатор: ИД-Зопк-5 Демонстрирует знания норм профессиональной этики в процессе конструирования элементов медиакоммуникационных систем различного уровня

Вопросы, задания

1. Принцип плановости
2. Принцип оперативности
3. Принцип комплексности
4. Что такое спонсорство
5. Что такое спонсорский пакет

Материалы для проверки остаточных знаний

1. Что представляет собой «спонсорская стоимость»?

Ответы:

1. 1. Стоимость товаров или услуг, предоставляемых спонсируемой стороной.
2. Рыночная стоимость акций компании-спонсора.
3. Финансовые ресурсы, выделяемые компанией на поддержку спонсорского проекта.
4. Стоимость лицензии на спонсорство.

Верный ответ: 3

2. Что такое «спонсорская активация»?

Ответы:

1. 1. Прекращение спонсорской деятельности.
2. Разработка брендбука компании-спонсора.
3. Комплекс мероприятий по максимизации эффективности спонсорского партнерства и привлечению внимания к бренду.
4. Обязательства компании-спонсора по выплате вознаграждения спонсируемой стороне.

Верный ответ: 3

3. Что такое «спонсорский пакет»?

Ответы:

1. 1. Коллекция продукции компании-спонсора.
2. Договорные обязательства спонсора.
3. Набор услуг и привилегий, предоставляемых компанией-спонсором в обмен на поддержку мероприятия или организацию.
4. Ежегодный отчет о финансовых результатах компании-спонсора.

Верный ответ: 3

4. Что такое «спонсорский рынок»?

Ответы:

1. 1. Сегмент рынка, в котором компания является монополистом.
2. Сегмент рынка, охваченный спонсорской деятельностью, где компании конкурируют за право стать спонсорами.
3. Специализированная биржа по обмену спонсорскими правами.
4. Сеть магазинов, специализирующихся на продаже спонсорской продукции.

Верный ответ: 3

5. Какие основные виды спонсорства существуют?

Ответы:

1. 1. Товарное
2. Государственное
3. Финансовое
4. Образовательное

Верный ответ: 3

6. Какие преимущества для спонсора предоставляет культурное спонсорство?

Ответы:

1. 1. Развитие науки
2. Защита окружающей среды
3. Привлечение внимания к бренду и улучшение имиджа
4. Расширение производственных мощностей

Верный ответ: 3

7. Что такое «квотный спонсоринг»?

1. 1. Спонсирование квот в образовательных учреждениях
2. Спонсирование квот в государственных учреждениях
3. Обязательное выполнение квоты по финансовой поддержке различных мероприятий
4. Выделение квоты на производство определенного товара

Ответы:

1. 1. Спонсирование квот в образовательных учреждениях
2. Спонсирование квот в государственных учреждениях
3. Обязательное выполнение квоты по финансовой поддержке различных мероприятий
4. Выделение квоты на производство определенного товара

Верный ответ: 3

8. Что такое «спонсорский пакет»?

Ответы:

1. 1. Документ, удостоверяющий статус спонсора
2. Специальная упаковка для продукции спонсора
3. Набор услуг и привилегий, предоставляемых спонсору в обмен на финансовую поддержку
4. Специальный закон о спонсорстве

Верный ответ: 3

9. Какова основная цель спонсорства в маркетинге?

Ответы:

1. 1. Продажа продукции
 2. Укрепление бренда
 3. Привлечение внимания к компании
 4. Снижение налоговых обязательств
- Верный ответ: 3
10. Что представляет собой активация спонсорства?

Ответы:

1. 1. Отказ от спонсорской поддержки
 2. Замораживание средств на счете спонсора
 3. Совокупность мероприятий для максимизации эффективности спонсорской деятельности
 4. Покупка акций компании
- Верный ответ: 3

II. Описание шкалы оценивания

Оценка: 5

Нижний порог выполнения задания в процентах: 80

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

Оценка: 4

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

Нижний порог выполнения задания в процентах: 50

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

Оценка: 2

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

III. Правила выставления итоговой оценки по курсу

Оценка определяется по совокупности результатов текущего контроля успеваемости в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе для студентов НИУ «МЭИ»