

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЛУГАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ ВЛАДИМИРА ДАЛЯ»

Институт управления и государственной службы
Кафедра маркетинга

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института управления
и государственной службы
Р.Т. Харьковский
(подпись)
« 14 » 02 2025 года

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по учебной дисциплине

Медиамаркетинг и фандрайзинг

(наименование учебной дисциплины, практики)

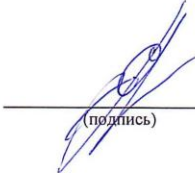
42.03.03 Издательское дело

(код и наименование направления подготовки (специальности))

«Редакционно-издательская деятельность»

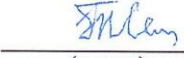
(наименование профиля подготовки (специальности, магистерской программы); при отсутствии ставится прочерк)

Разработчик:
к.э.н., доцент


(подпись) Горбачева Е.В.

ФОС рассмотрен и одобрен на заседании кафедры маркетинга
от 28 января 2025 г., протокол № 11

Заведующий кафедрой маркетинга


(подпись) Максимова Т.С.

Луганск 2025 г.

Комплект оценочных материалов по дисциплине «Медиамаркетинг и фандрайзинг»

Задания закрытого типа

Задания закрытого типа на выбор правильного ответа

1. Выберите один правильный ответ.

Дайте наиболее точную характеристику 4Р модели маркетинга (Product, Price, Place, Promotion):

- А) включает элементы стратегии бренда и клиентского опыта;
- Б) описывает четыре ключевых аспекта управления продуктом;
- В) фокусируется на развитии новых продуктов и инновациях;
- Г) концентрируется на исследовании рынка и анализе конкурентов.

Правильный ответ: Б

Компетенции (индикаторы): УК-9 (УК-9.1, УК-9.2), УК-10 (УК-10.1, УК-10.2), ОПК-5 (ОПК-5.1, ОПК-5.2)

2. Выберите один правильный ответ.

Что из перечисленного ниже является наиболее точным определением маркетинга?

- А) процесс разработки и производства товаров;
- Б) система планирования, ценообразования, продвижения и распространения идей, товаров и услуг для удовлетворения потребностей покупателей;
- В) анализ потребительских предпочтений и трендов;
- Г) разработка рекламных кампаний.

Правильный ответ: Б

Компетенции (индикаторы): УК-9 (УК-9.1, УК-9.2), УК-10 (УК-10.1, УК-10.2), ОПК-5 (ОПК-5.1, ОПК-5.2)

3. Выберите один правильный ответ.

Какие элементы входят в комплекс медиамаркетинга?

- А) реклама, PR, личные продажи;
- Б) ценообразование, дистрибуция, упаковка;
- В) продукт, цена, продвижение, место продаж;
- Г) телевидение, радио, печатные СМИ, интернет.

Правильный ответ: Г)

Компетенции (индикаторы): УК-9 (УК-9.1, УК-9.2), УК-10 (УК-10.1, УК-10.2), ОПК-5 (ОПК-5.1, ОПК-5.2)

4. Выберите один правильный ответ.

Что из перечисленного является примером медийного продукта?

- А) книга;
- Б) мобильное приложение;
- В) телепередача;

Г) автомобиль.

Правильный ответ: В

Компетенции (индикаторы): УК-9 (УК-9.1, УК-9.2), УК-10 (УК-10.1, УК-10.2), ОПК-5 (ОПК-5.1, ОПК-5.2)

Задания закрытого типа на установление соответствия

1. Установите соответствие между инструментами медиамаркетинга и их описанием. Каждому элементу левого столбца соответствует только один элемент правого столбца.

Понятия	Определения
1) реклама	А) прямые коммуникации с целевой аудиторией через почтовые рассылки, SMS и другие каналы.
2) паблик рилейшнз (PR)	Б) прямые коммуникации с целевой аудиторией через почтовые рассылки, SMS и другие каналы.
3) прямой маркетинг	В) создание положительного имиджа компании через взаимодействие с общественностью.
4) спонсорство	Г) прямая коммуникация с потребителями через телефонные звонки.
5) телемаркетинг	Д) использование знаменитостей или событий для привлечения внимания к бренду .

Правильный ответ:

1-А, 2-В, 3-Б, 4-Д, 5-Г

Компетенции (индикаторы): УК-9 (УК-9.1, УК-9.2), УК-10 (УК-10.1, УК-10.2), ОПК-5 (ОПК-5.1, ОПК-5.2)

2. Установите соответствие между типом гранта и его описанием. Каждому элементу левого столбца соответствует только один элемент правого столбца.

Понятия	Определения
1) образовательные гранты	А) средства для индивидуального развития, например, стипендии.
2) индивидуальные гранты	Б) поддержка проектов, направленных на улучшение качества жизни населения.
3) гранты на исследования	В) финансовая помощь образовательным учреждениям для улучшения учебного процесса.

- | | |
|--------------------------------------|--|
| 4) гранты на развитие инфраструктуры | Г) финансирование строительства и модернизации объектов инфраструктуры. |
| 5) гранты на проекты | Д) поддержка проектов, направленных на улучшение качества жизни населения. |

Правильный ответ:

1-В, 2-А, 3-Б, 4-Г, 5-Д

Компетенции (индикаторы): УК-9 (УК-9.1, УК-9.2), УК-10 (УК-10.1, УК-10.2), ОПК-5 (ОПК-5.1, ОПК-5.2)

3. Установите соответствие между типом программы и её описанием. Каждому элементу левого столбца соответствует только один элемент правого столбца.

Понятия	Определения
1) благотворительные программы	А) способствующие развитию культуры и искусства, сохранению культурного наследия.
2) образовательные программы	Б) программы, предоставляющие финансовую и материальную помощь людям и организациям в трудных жизненных ситуациях.
3) культурные программы	В) ориентированные на сохранение окружающей среды и борьбу с экологическими проблемами.
4) экологические программы	Г) оказывающие помощь нуждающимся слоям населения и поддерживающие социальные инициативы.
5) социальные программы	Д) программы, направленные на поддержку образовательных учреждений и повышение уровня образования.

Правильный ответ:

1-Б, 2-Д, 3-А, 4-В, 5-Г

Компетенции (индикаторы): УК-9 (УК-9.1, УК-9.2), УК-10 (УК-10.1, УК-10.2), ОПК-5 (ОПК-5.1, ОПК-5.2)

Задания закрытого типа на установление правильной последовательности

1. Рассмотрим правила предоставления отчетов по проектам Российского гуманитарного научного фонда (РГНФ): Запишите правильную последовательность букв слева направо:

- А) отправка отчета в РГНФ;
- Б) окончательное утверждение отчета РГНФ;
- В) проверка правильности оформления отчета;
- Г) подготовка отчета по проекту;
- Д) архивирование утвержденного отчета;
- Е) получение подтверждения от РГНФ о принятии отчета;

Ё) исправление замечаний (если имеются).

Ж) повторная отправка исправленного отчета (при необходимости).

Правильный ответ:

Г	В	А	Е	Ё	Ж	Б	Д
---	---	---	---	---	---	---	---

Компетенции (индикаторы): УК-9 (УК-9.1, УК-9.2), УК-10 (УК-10.1, УК-10.2), ОПК-5 (ОПК-5.1, ОПК-5.2)

2. Рассмотрим правовые аспекты фандрайзинга. Запишите правильную последовательность букв слева направо:

А) определение цели и объема сбора средств;

Б) проведение рекламных кампаний и привлечение внимания общественности;

В) разработка стратегии фандрайзинга;

Г) регистрация организации в качестве юридического лица (если необходимо);

Д) оформление разрешительных документов на проведение мероприятий по сбору средств;

Е) выбор каналов коммуникации с потенциальными донорами;

Ё) составление отчетности о собранных средствах и их расходовании;

Ж) закрытие проекта и оценка результатов;

З) сбор средств через выбранные каналы;

И) предоставление отчетности заинтересованным сторонам и государственным органам.

Правильный ответ:

А	Г	Д	В	Е	Б	З	Ё	И	Ж
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

Компетенции (индикаторы): УК-9 (УК-9.1, УК-9.2), УК-10 (УК-10.1, УК-10.2), ОПК-5 (ОПК-5.1, ОПК-5.2)

3. Установите правильную последовательность этапов последовательности комплексного медиамаркетинга.

А) разработка креативной концепции;

Б) выбор медиа-каналов;

В) постановка целей и задач кампании;

Г) создание контента;

Д) запуск рекламной кампании;

Е) мониторинг и анализ результатов;

Ё) оптимизация кампании;

Ж) оценка итоговых результатов;

З) анализ рынка и целевой аудитории;

И) планирование бюджета.

Правильный ответ:

З	В	И	А	Б	Г	Д	Е	Ё	Ж
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

Компетенции (индикаторы): УК-9 (УК-9.1, УК-9.2), УК-10 (УК-10.1, УК-10.2), ОПК-5 (ОПК-5.1, ОПК-5.2)

Задания открытого типа

Задания открытого типа на дополнение

1. Напишите пропущенное слово.

_____ – это продукт труда, предназначенный для продажи или обмена.

Правильный ответ: товар

Компетенции (индикаторы): УК-9 (УК-9.1, УК-9.2), УК-10 (УК-10.1, УК-10.2), ОПК-5 (ОПК-5.1, ОПК-5.2)

2. Напишите пропущенное слово.

Медиамаркетинг включает в себя разработку и реализацию стратегий продвижения товаров и услуг через различные каналы коммуникаций, такие как _____, наружная реклама и социальные сети, с целью привлечения внимания целевой аудитории и стимулирования покупок.

Правильный ответ: телевидение, радио, интернет

Компетенции (индикаторы): УК-9 (УК-9.1, УК-9.2), УК-10 (УК-10.1, УК-10.2), ОПК-5 (ОПК-5.1, ОПК-5.2)

3. Напишите пропущенное слово.

_____ – оказание материальной помощи нуждающимся как отдельными лицами, так и организациями. _____ может быть направлена также на поощрение и развитие каких-либо общественно значимых форм деятельности.

Правильный ответ: благотворительность

Компетенции (индикаторы): УК-9 (УК-9.1, УК-9.2), УК-10 (УК-10.1, УК-10.2), ОПК-5 (ОПК-5.1, ОПК-5.2)

4. Напишите пропущенное слово.

_____ – это человек, который оказывает финансовую или иную поддержку деятелям науки, искусства, культуры и другим социальным инициативам.

Правильный ответ: меценат

Компетенции (индикаторы): УК-9 (УК-9.1, УК-9.2), УК-10 (УК-10.1, УК-10.2), ОПК-5 (ОПК-5.1, ОПК-5.2)

Задания открытого типа с кратким свободным ответом

1. Опишите основные этапы разработки медиапродукта, начиная с анализа целевой аудитории и заканчивая запуском продукта. Какие ключевые факторы необходимо учитывать на каждом этапе?

Краткое свободное описание:

Разработка _____ начинается с глубокого анализа целевой аудитории, определения её потребностей и предпочтений. Затем разрабатывается концепция продукта, включающая содержание, формат и платформу распространения. После этого происходит создание контента, который должен быть качественным

и соответствовать ожиданиям аудитории. Далее следует тестирование и оптимизация продукта перед его запуском. На заключительном этапе проводится маркетинговая кампания для продвижения _____ и привлечение пользователей.

Правильный ответ: медиапродукт

Компетенции (индикаторы): УК-9 (УК-9.1, УК-9.2), УК-10 (УК-10.1, УК-10.2), ОПК-5 (ОПК-5.1, ОПК-5.2)

2. Напишите пропущенное слово.

_____ – это уникальный образ компании или продукта в сознании потребителей, формируемый через ассоциации, ценности и восприятие. _____ важны, потому что они помогают дифференцировать предложения на рынке, создают лояльность клиентов и повышают доверие. Для потребителей _____ служат ориентиром при выборе товаров и услуг, обеспечивая уверенность в качестве и удовлетворенности.

Правильный ответ: бренд, бренды

Компетенции (индикаторы): УК-9 (УК-9.1, УК-9.2), УК-10 (УК-10.1, УК-10.2), ОПК-5 (ОПК-5.1, ОПК-5.2)

3. Напишите пропущенное слово.

Медиакоммуникационная система состоит из нескольких ключевых компонентов, каждый из которых выполняет свою функцию и взаимодействует с остальными для обеспечения эффективной передачи _____ и взаимодействия между отправителем и получателем.

Правильный ответ: информации

Компетенции (индикаторы): УК-9 (УК-9.1, УК-9.2), УК-10 (УК-10.1, УК-10.2), ОПК-5 (ОПК-5.1, ОПК-5.2)

4. Напишите пропущенное слово.

Умение – это готовность _____ и самостоятельно выполнять практические и теоретические действия на основе усвоенных знаний, жизненного опыта и приобретенных навыков.

Правильный ответ: сознательно / осознанно.

Компетенции (индикаторы): УК-9 (УК-9.1, УК-9.2), УК-10 (УК-10.1, УК-10.2), ОПК-5 (ОПК-5.1, ОПК-5.2)

5. Напишите пропущенное слово (словосочетание).

Термин «innovation» в переводе с английского означает _____.

Правильный ответ: нововведение / инновация / новшество / новая идея.

Компетенции (индикаторы): УК-9 (УК-9.1, УК-9.2), УК-10 (УК-10.1, УК-10.2), ОПК-5 (ОПК-5.1, ОПК-5.2)

Задания открытого типа с развернутым ответом

1. Назовите проблемы современного медиамаркетинга?

Время выполнения – 10 мин.

Критерии оценивания: правильный ответ должен включать минимум пять содержательных элементов.

Ожидаемый результат:

1. Информационная перегрузка;
2. Фрагментация аудитории;
3. Рост значимости органического контента;
4. Конкуренция за внимание;
5. Изменение поведения потребителей;
6. Растущие требования к конфиденциальности;
7. Короткая продолжительность внимания;
8. Увеличение стоимости рекламы.

Компетенции (индикаторы): УК-9 (УК-9.1, УК-9.2), УК-10 (УК-10.1, УК-10.2), ОПК-5 (ОПК-5.1, ОПК-5.2)

2. Предположим, вам выделили фиксированный бюджет на продвижение продукта через различные медиаканалы. Как бы вы распределили этот бюджет между различными каналами (ТВ, онлайн-реклама, соцсети, печатные издания), чтобы максимизировать отдачу от вложений.

Время выполнения – 10 мин.

Критерии оценивания: Критерии оценивания: наличие правильного ответа

Ожидаемый результат:

1. Онлайн-реклама (50% бюджета) – это основной канал, позволяющий гибко настраивать таргетинг и измерять результаты в режиме реального времени.
 2. Социальные сети (30% бюджета) – отличный инструмент для вовлечения и взаимодействия с аудиторией.
 3. Традиционные СМИ (20% бюджета) – несмотря на снижение популярности, ТВ и печатные издания всё ещё имеют значение для охвата широкой аудитории.
- Компетенции (индикаторы): УК-9 (УК-9.1, УК-9.2), УК-10 (УК-10.1, УК-10.2), ОПК-5 (ОПК-5.1, ОПК-5.2)

3. Какие ключевые тенденции медиамаркетинга вы считаете наиболее важными в ближайшие годы?

Время выполнения – 5 мин.

Критерии оценивания: правильный ответ должен включать минимум три тенденции

Ожидаемый результат:

На мой взгляд, следующие три тенденции окажут наибольшее влияние на медиамаркетинг в ближайшее время:

Искусственный интеллект и машинное обучение – AI уже используется для автоматизации процессов, таких как таргетинг рекламы и анализ данных. В будущем эта технология станет еще более важной, позволяя точнее предсказывать предпочтения пользователей и персонализировать контент.

Компетенции (индикаторы): УК-9 (УК-9.1, УК-9.2), УК-10 (УК-10.1, УК-10.2),
ОПК-5 (ОПК-5.1, ОПК-5.2)

Экспертное заключение

Представленный фонд оценочных средств (далее – ФОС) по дисциплине «Медиамаркетинг и фандрайзинг» соответствует требованиям ФГОС ВО.

Предлагаемые формы и средства текущего и промежуточного контроля адекватны целям и задачам реализации основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.03 Издательское дело.

Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины представлены в полном объеме.

Виды оценочных средств, включенные в представленный фонд, отвечают основным принципам формирования ФОС.

Разработанный и представленный для экспертизы фонд оценочных средств рекомендуется к использованию в процессе подготовки обучающихся по указанному направлению 42.03.03 Издательское дело.

Председатель учебно-методической комиссии
института управления и государственной службы  Студеникина В.П.

Лист изменений и дополнений

№ п/п	Виды дополнений и изменений	Дата и номер протокола заседания кафедры (кафедр), на котором были рассмотрены и одобрены изменения и дополнения	Подпись (с расшифровкой) заведующего кафедрой (заведующих кафедрами)