

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
СТАВРОПОЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

**УТВЕРЖДАЮ**

Директор/Декан  
института экономики, финансов и  
управления в АПК  
Гунько Юлия Александровна

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ (ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ)**

**Б1.О.03.ДВ.01.01 Управление интегрированными маркетинговыми  
коммуникациями**

**38.04.02 Менеджмент**

Цифровой маркетинг и управление продажами

магистр

очная

# 1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций ОП ВО и овладение следующими результатами обучения по дисциплине:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ПК-2 Способен разрабатывать, внедрять и совершенствовать систему маркетинговых коммуникаций в организации	ПК-2.1 Разрабатывает и совершенствует систему маркетинговых коммуникаций в организации для принятия управленческих решений	<b>знает</b> основы разработки и совершенствования системы маркетинговых коммуникаций организации
		<b>умеет</b> разрабатывать и совершенствовать систему маркетинговых коммуникаций организации
		<b>владеет навыками</b> навыками разработки и совершенствования системы маркетинговых коммуникаций организации
ПК-2 Способен разрабатывать, внедрять и совершенствовать систему маркетинговых коммуникаций в организации	ПК-2.4 Организует и проводит мероприятия по связям с общественностью для обеспечения маркетинговых коммуникаций с целью формирования имиджа и деловой репутации организации	<b>знает</b> основы организации и проведения мероприятий по связям с общественностью
		<b>умеет</b> организовывать и проводить мероприятий по связям с общественностью
		<b>владеет навыками</b> навыками организации и проведения мероприятий по связям с общественностью
УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК-4.1 Демонстрирует интегративные умения, необходимые для написания, письменного перевода и редактирования различных академических текстов (рефератов, эссе, обзоров, статей и т.д.)	<b>знает</b> Методику написания рекламной и PR-статьи
		<b>умеет</b> написать рекламную и PR-статью
		<b>владеет навыками</b> навыками написания рекламной и PR-статьи

## 2. Перечень оценочных средств по дисциплине

№	Наименование раздела/темы	Семестр	Код индикаторов достижения компетенций	Оценочное средство проверки результатов достижения индикаторов компетенций
1.	1 раздел. 1			
1.1.	Интегрированные маркетинговые коммуникации как элемент комплекса маркетинга	2		
1.2.	Реклама в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций	2		
1.3.	Прямой маркетинг как инструмент маркетинговых коммуникаций	2		
1.4.	Паблик рилейшнз как средство интегрированных маркетинговых коммуникаций	2		
1.5.	Значение стимулирования сбыта в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций	2		
1.6.	Понятие брендинга как элемента интегрированных маркетинговых коммуникаций	2		
1.7.	Влияние спонсорства на систему интегрированных маркетинговых коммуникаций	2		
1.8.	Роль выставок и ярмарок в интегрированных маркетинговых коммуникациях	2		
	Промежуточная аттестация			За

## 3. Оценочные средства (оценочные материалы)

Примерный перечень оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде (Оценочные материалы)
	<b>Текущий контроль</b>		
			Для оценки знаний
			Для оценки умений
			Для оценки навыков
	<b>Промежуточная аттестация</b>		

1	Зачет	Средство контроля усвоения учебного материала практических и семинарских занятий, успешного прохождения практик и выполнения в процессе этих практик всех учебных поручений в соответствии с утвержденной программой с выставлением оценки в виде «зачтено», «незачтено».	Перечень вопросов к зачету
---	-------	---	----------------------------

**4. Примерный фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) "Управление интегрированными маркетинговыми коммуникациями"**

*Примерные оценочные материалы для текущего контроля успеваемости*

*Примерные оценочные материалы  
для проведения промежуточной аттестации (зачет, экзамен)  
по итогам освоения дисциплины (модуля)*

*Темы письменных работ (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)*