

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Таскаев Сергей Васильевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 23.10.2025 14:57:38
Уникальный программный ключ:
04c19ed8bfb98f3b6cb77a486b9a8788b8322323



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра теории медиа

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Организация медиакампаний» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Современные медиакоммуникационные стратегии» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1	стр. 1 из 13	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____
----------------------	--------------	------------------------	---------------

Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации

по дисциплине (модулю)

Организация медиакампаний

Направление подготовки (специальность)

42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль)

Современные медиакоммуникационные стратегии

Присваиваемая квалификация

магистр

Форма обучения

очная

Челябинск 2025 г.



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра теории медиа

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Организация медиакампаний» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Современные медиакоммуникационные стратегии» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 2 из 13

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

Содержание

1. Паспорт фонда оценочных средств.
2. Перечень формируемых компетенций:
 - 2.1. компетенции, закрепленные за дисциплиной.
3. Содержание оценочных средств по дисциплине:
 - 3.1. виды оценочных средств;
 - 3.2. содержание оценочных средств.
4. Порядок проведения и критерии оценивания промежуточной аттестации:
 - 4.1. порядок проведения промежуточной аттестации;
 - 4.2. критерии оценивания промежуточной аттестации по видам оценочных средств;
 - 4.3. результаты промежуточной аттестации и уровни сформированности компетенций.



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра теории медиа

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Организация медиакампаний» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Современные медиакоммуникационные стратегии» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 3 из 13

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

**Фонд оценочных средств дисциплины (модуля) одобрен и
рекомендован:**

Ученым советом факультета журналистики

Протокол заседания от «10» февраля 2025 г. №8

Председатель ученого совета
факультета журналистики

_____ Б.Н. Киршин

**Заседанием кафедры
теории медиа**

Протокол заседания от «06» февраля 2025 г. №8

Заведующий кафедрой

_____ Е. Ю. Панова

Автор (составитель)
Заведующий кафедрой
теории медиа

_____ Е. Ю. Панова



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра теории медиа

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Организация медиакампаний» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Современные медиакоммуникационные стратегии» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 4 из 13

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Направление подготовки: *42.04.01 Реклама и связи с общественностью*

Направленность (профиль) «*Организация медиакампаний*»

Дисциплина: *Ивент-менеджмент*

Семестр (семестры) изучения: *1, 2, 3*

Форма (формы) промежуточной аттестации: *зачет, зачет, экзамен*

2. ПЕРЕЧЕНЬ ФОРМИРУЕМЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ

2.1. Компетенции, закреплённые за дисциплиной

Изучение дисциплины «*Организация медиакампаний*» направлено на формирование следующих компетенций:

Коды компетенции (по ФГОС)	Содержание компетенций согласно ФГОС	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
1	2	3
УК-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	Знать Для достижения УК-2.1.: Знать этапы жизненного цикла проекта и выстраивать последовательность их реализации Уметь Для достижения УК-2.1.: Уметь учитывать этапы жизненного цикла проекта и выстраивать последовательность их реализации Владеть Для достижения УК-2.1.: Владеть навыками определения этапов жизненного цикла проекта и выстраивать последовательность их реализации Знать Для достижения УК-2.2.: Знать принципы формулирования проблемы, на решение которой направлен проект, грамотно определять цель проекта. Уметь



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра теории медиа

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Организация медиакампаний» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Современные медиакоммуникационные стратегии» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 5 из 13

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

		<p>Для достижения УК-2.2.: Уметь применять принципы формулирования проблемы, на решение которой направлен проект, грамотно определять цель проекта. Владеть Для достижения УК-2.2.: Владеть опытом формулирования проблемы, на решение которой направлен проект, грамотно определять цель проекта Знать Для достижения УК-2.3.: Знать принципы решения конкретных задач проекта, выбирая оптимальный способ их решения. Уметь Для достижения УК-2.3.: Уметь проектировать решение конкретных задач проекта, выбирая оптимальный способ их решения. Владеть Для достижения УК-2.3.: Владеть навыками проектирования решений конкретных задач проекта, выбирая оптимальный способ их решения.</p>
УК-3	Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	<p>Знать Для достижения УК-3.1.: Знать принципы командной стратегии для достижения поставленной цели. Уметь Для достижения УК-3.1.: Уметь разрабатывать командную стратегию для достижения поставленной цели. Владеть Для достижения УК-3.1.: Владеть навыками применения командной стратегии для достижения поставленной цели. Знать Для достижения УК-3.2.: Знать принципы организации и руководства работы команды. Уметь Для достижения УК-3.2.:</p>



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра теории медиа

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Организация медиакампаний» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Современные медиакоммуникационные стратегии» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 6 из 13

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

		<p>Уметь применять принципы организации и руководства работы команды.</p> <p>Владеть Для достижения УК-3.2.: Владеть практическим опытом организации и руководства работы команды.</p> <p>Знать Для достижения УК-3.3.: Знать показатели результативности работы команды и личных действий в ней.</p> <p>Уметь Для достижения УК-3.3.: Уметь демонстрировать понимание результатов работы команды и личных действий в ней.</p> <p>Владеть Для достижения УК-3.3.: Владеть навыками анализа результативности работы команды и личных действий в ней.</p>
ПК-1	Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью	<p>Знать Для достижения ПК-1.1.: Знать функционал руководителя линейного/функционального подразделения отдела по рекламе и (или) связям с общественностью организации или коммуникационного/рекламного/ PR-агентства.</p> <p>Уметь Для достижения ПК-1.1.: Уметь применять функционал руководителя линейного/функционального подразделения отдела по рекламе и (или) связям с общественностью организации или коммуникационного/рекламного/ PR-агентства.</p> <p>Владеть Для достижения ПК-1.1.: Владеть навыками использования функционала руководителя линейного/функционального подразделения отдела по рекламе и (или) связям с общественностью организации или</p>



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра теории медиа

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Организация медиакампаний» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Современные медиакоммуникационные стратегии» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 7 из 13

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № ____

		<p>коммуникационного/рекламного/ PR-агентства</p> <p>Знать Для достижения ПК-1.2.: Знать ход выполнения проектной работы в сфере рекламы и связей с общественностью на основе оценки эффективности результатов работы.</p> <p>Уметь Для достижения ПК-1.2.: Уметь контролировать и регулировать ход выполнения проектной работы в сфере рекламы и связей с общественностью на основе оценки эффективности результатов работы.</p> <p>Владеть Для достижения ПК-1.2.: Владеть навыками контроля и регулирования хода выполнения проектной работы в сфере рекламы и связей с общественностью на основе оценки эффективности результатов работы.</p>
--	--	--

3. СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

3.1 Виды оценочных средств

№ п/п	Код компетенции/ планируемые результаты обучения	Контролируемые темы/ разделы	Наименование оценочного средства для текущего контроля	Наименование оценочного средства на промежуточной аттестации/№ задания
1	УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	Организация медиакампаний: теоретико-практические основания работы. Подготовительный этап	Творческие задания	Защита проекта
2	УК-3. Способен организовывать и	Организация медиакампаний: проведение	Творческие задания	Защита проекта



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра теории медиа

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Организация медиакампаний» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Современные медиакоммуникационные стратегии» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 8 из 13

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

	руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели			
3	ПК-1. Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью	Организация медиакампаний: заключительный этап	Творческие задания	Защита проекта
		Организация медиакампаний: проведение		

Типовые задания, критерии и показатели оценивания в рамках текущего контроля представлены в рабочей программе дисциплины (модуля). Полные комплекты оценочных средств и контрольно-измерительных материалов хранятся на кафедре.

3.2 Содержание оценочных средств

Творческие задания.

1. Проанализируйте проведенное мероприятие
2. Составьте план проведения своего мероприятия.

Примерный вариант ответа

1. Анализ проведенного мероприятия

Анализ проводится постфактум и служит для извлечения уроков, оценки эффективности и обоснования ROI (окупаемости инвестиций).

Структура анализа:

1. Основная информация:

- **Название мероприятия:** (например, "День открытых дверей в IT-Академии")
- **Дата и время проведения:**
- **Место проведения:**
- **Цель мероприятия:** (Ключевой пункт! Например: "Привлечь 50 новых заявок на курсы", "Укрепить имидж экспертов в области дизайна", "Отметить день рождения компании с партнерами").
- **Целевая аудитория:** (Абитуриенты 16-25 лет, действующие клиенты, партнеры, СМИ).



Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Организация медиакампаний» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Современные медиакоммуникационные стратегии» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 9 из 13

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

2. Оценка подготовки:

- **Бюджет:** Соответствовал ли плану? Были ли непредвиденные расходы?
- **Тайминг:** Хватило ли времени на подготовку? Логистика.
- **Команда:** Распределение ролей, слаженность работы.
- **Работа со спикерами/партнерами:** Была ли организована четко?
- **Информационная рассылка и реклама:** Достаточно ли охватили целевую аудиторию? Какие каналы работали лучше всего?

3. Ход мероприятия:

- **Регистрация и встреча гостей:** Проходила ли быстро, без очередей? Работа хостес.
- **Работа модератора:** Держал ли темп, укладывался ли в регламент?
- **Выступления спикеров:** Были ли интересными и полезными? Соответствовали ли заявленной теме?
- **Атмосфера:** Общая энергетика, настроение гостей (можно оценить по live-реакции, соцсетям).
- **Интерактив:** Работали ли зоны нетворкинга, активности, розыгрыши? Была ли вовлеченность аудитории?
- **Техническое обеспечение:** Не было ли сбоев со звуком, светом, проекцией?

4. Результаты и эффективность (KPI):

Это самый важный раздел. Оцениваем, достигли ли мы цели.

- **Количественные показатели:**
 - Посещаемость (план/факт).
 - Количество **новых** заявок/покупок/подписчиков, _____ полученных непосредственно благодаря мероприятию.
 - Охват и вовлеченность в соцсетях (лайки, репосты, комментарии, хештеги мероприятия).
 - Количество упоминаний в СМИ.
 - Объем собранных контактов (бейджи, регистрация).
- **Качественные показатели:**
 - Обратная связь от гостей (прямые отзывы, опросы, оценки в анкетах).
 - Тональность упоминаний в соцсетях (позитивная, нейтральная, негативная).
 - Фотографии и видео с мероприятия: видно ли по ним, что людям было хорошо?
 - Обратная связь от спикеров и партнеров.

5. Итоги и выводы:

- **Что получилось отлично?** (Повторить в следующий раз).
- **Что можно улучшить?** (Конкретные предложения по исправлению ошибок).
- **Достигнута ли основная цель?** Если нет, то почему?
- **Общая оценка ROI:** Окупило ли себя мероприятие с точки зрения финансов, пиара, имиджа?



Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Организация медиакампаний» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Современные медиакоммуникационные стратегии» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 10 из 13

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

2. План проведения своего мероприятия

Пример: Организация образовательного воркшопа "Создание своего первого портфолио для дизайнера".

1. Концепция и цели:

- **Название:** "Портфолио как прорыв: создай свое за 3 часа".
- **Формат:** Очный практический воркшоп.
- **Цель:** Привлечь 25 платных участников (целевая аудитория: начинающие дизайнеры, студенты).
- **Задачи:**
 - Собрать не менее 50 предварительных заявок.
 - 100% участников должны уйти с готовой структурой портфолио и шаблоном для работы.
 - Увеличить базу подписчиков email-рассылки на 40 контактов.
 - Получить не менее 10 качественных отзывов для последующего пиара.

2. Целевая аудитория: Начинающие дизайнеры (18-30 лет), студенты творческих вузов, желающие сменить профессию.

3. Бюджет (пример):

- **Доходы:** 25 билетов * 2000 руб. = **50 000 руб.**
- **Расходы:**
 - Аренда пространства (коворкинг) - 15 000 руб.
 - Оборудование (проектор, флипчарт) - 5 000 руб.
 - Кофе-брейк - 10 000 руб.
 - Зарплата спикеру - 15 000 руб.
 - Реклама (таргетированная реклама в VK/Instagram) - 5 000 руб.
 - Раздаточные материалы (блокноты, ручки) - 2 000 руб.
 - **Итого расходы: 52 000 руб.**
- **Итог:** Мероприятие break-even (выходит в ноль), главная цель — привлечение лидов и укрепление экспертного статуса.

4. Программа мероприятия (Тайминг):

- **18:45 - 19:00** - Сбор гостей, регистрация, приветственный кофе.
- **19:00 - 19:15** - Открытие, представление спикера.
- **19:15 - 20:00** - Теоретический блок: "5 смертных грехов плохого портфолио".
- **20:00 - 20:15** - Кофе-брейк и нетворкинг.
- **20:15 - 21:15** - Практический блок: "Собираем структуру вашего портфолио здесь и сейчас".
- **21:15 - 21:40** - Ответы на вопросы, индивидуальные консультации.
- **21:40 - 21:45** - Финальное слово, анонс следующих мероприятий, розыгрыш подарка от партнера.

5. План продвижения:

- **За 3 недели до:** Анонс на своих площадках (сайт, соцсети, рассылка). Создание события в Timedap.
- **За 2 недели до:** Запуск таргетированной рекламы на целевую аудиторию. Пиар-анонс в тематических сообществах и пабликах.



Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Организация медиакампаний» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Современные медиакоммуникационные стратегии» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 11 из 13

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

- **За 1 неделю до:** Пост с подробностями и спикером. Напоминание тем, кто оставил заявку.
- **За 1 день до:** Пост-напоминание "Успей купить билет!".
- **В день мероприятия:** Сториз "Готовимся к встрече!", онлайн-трансляция приветственной части.
- **После мероприятия:** Пост с благодарностями, лучшие фото, сбор отзывов.

6. Команда и роли:

- **Организатор (1):** общее руководство, бюджет, контракты.
- **Координатор (1):** связь со спикером, арендой, кейтерингом.
- **SMM-менеджер (1):** продвижение, работа с соцсетями.
- **Фотограф/видеооператор (1):** съемка.
- **Хостес (1-2):** встреча гостей, регистрация.

7. Оценка эффективности (Какие KPI будем считать):

- Количество проданных билетов (25).
- Количество собранных контактов для рассылки.
- Количество положительных отзывов.
- Охват и вовлеченность в соцсетях по хештегу мероприятия.
- Конверсия из участников воркшопа в клиентов на последующие платные услуги (курсы, консультации).

Задания к экзамену и зачетам

Зачеты: защита аналитического разбора профессиональной кампании.

Экзамен: защита своего проекта информационной кампании.

4. ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

4.1. Порядок проведения промежуточной аттестации

Зачет по дисциплине в 1, 2 семестрах и экзамен в 3 семестре выставляются по итогам работы студента в семестре (текущая успеваемость) и результатам собеседования на зачете.

4.2. Критерии оценивания промежуточной аттестации по видам оценочных средств.

4.2.1 Критерии оценивания творческих заданий

Отлично (зачтено)	Хорошо (зачтено)	Удовлетворительно (зачтено)	Неудовлетворительно (зачтено)
<i>Высокий уровень</i>	<i>Средний уровень</i>	<i>Базовый уровень</i>	<i>Недостаточный</i>



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра теории медиа

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Организация медиакампаний» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Современные медиакоммуникационные стратегии» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 12 из 13

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № ____

<i>освоения проверяемых компетенций</i>	<i>освоения проверяемых компетенций</i>	<i>уровень освоения проверяемых компетенций</i>	<i>уровень освоения проверяемых компетенций</i>
Задание выполнено в полном объеме; пояснение не содержит ошибок.	Задание выполнено в полном объеме; пояснение содержит 2–3 негрубые ошибки.	Задание выполнено не в полном объеме ИЛИ пояснение содержит грубые ошибки.	Задание выполнено в полном объеме; пояснение содержит большое количество ошибок.

4.3. Результаты промежуточной аттестации и уровни сформированности компетенций

При подведении итогов учитываются результаты текущей аттестации.

При подведении итогов учитываются результаты текущей аттестации. Полученные за текущую аттестацию баллы суммируются с баллами, полученными за каждый этап при прохождении промежуточной аттестации:

0-49 баллов - неудовлетворительно (2) / незачет;

50-69 баллов - удовлетворительно (3) / зачет;

70-90 баллов - хорошо (4) / зачет;

91-100 баллов - отлично (5) / зачет.

Особенности проведения процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья обозначены в рабочей программе дисциплины (модуля).

Уровни сформированности компетенций определяется следующим образом:

1. *Низкий уровень* соответствует оценке неудовлетворительно.

2. *Базовый уровень* соответствует оценке удовлетворительно. Он предполагает формирование компетенций на начальном уровне: знание основных положений дисциплины.

3. *Средний уровень* соответствует оценке хорошо:

– предполагает формирование компетенций на более высоком уровне: формируются комплексное знание содержания дисциплины, умение сбора, анализа информации, необходимой для использования информационных технологий в научно-исследовательской работе;

– студент способен давать развернутые ответы на теоретические вопросы дисциплины на уровне не ниже оценки «удовлетворительно».



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет журналистики
Кафедра теории медиа

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Организация медиакампаний» по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профиля) «Современные медиакоммуникационные стратегии» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 13 из 13

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

4. *Высокий уровень* сформированности компетенций соответствует оценке отлично:

– предполагает формирование компетенций на высоком уровне, готовность к самостоятельной профессиональной деятельности;

– студент способен аргументировать собственную точку зрения по дискуссионным вопросам дисциплины, решать ситуационные задачи, критически оценивать информацию, формулировать собственные выводы.