МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный
экономический университет»

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по дисциплине

РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В БИЗНЕСЕ

Направление подготовки	42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»
Направленность (профиль) программы	«Реклама и связи с общественностью в бизнесе»
Уровень высшего образования	бакалавриат
Форма обучения	очная

Санкт-Петербург
2018

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ И ЭТАПЫ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ 3
2. СТРУКТУРА ФОС ПО ДИСЦИПЛИНЕ 4
3. ПОКАЗАТЕЛИ И КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ КОМПЕТЕНЦИЙ 6
4. ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТА 8
5. ПЕРЕЧЕНЬ ЗАДАНИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ 9
5.1. ЗАДАНИЯ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ: 9
5.2. КОНТРОЛЬНЫЕ ТОЧКИ БРС 9
5.3. ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ 12
6. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ 13
7. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ 14
7.1. ЗАДАНИЯ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ 17
7.2. ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ 17
ПРИЛОЖЕНИЯ: КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

1. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ И ЭТАПЫ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Фонд оценочных средств предназначен для оценки результатов обучения по учебной дисциплине.

Рабочей программой дисциплины (модуля) предусмотрено формирование следующих компетенций:

Таблица – 1.1.1. Перечень формируемых дисциплиной компетенций

Код компетенции	Наименование компетенции
ПК-6	Способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации

1.2. Конечными результатами обучения по дисциплине являются сформированные «знать», «уметь», «владеть», расписанные по отдельным содержательным компонентам компетенций, формирующихся дисциплиной. Формирование этих дескрипторов происходит в течение всего семестра по этапам в рамках различного вида занятий и самостоятельной работы. Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенции, представлены в табл. 1.2.1.

Таблица – 1.2.1. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Этапы формирования компетенций	Наименование дисциплины	Планируемые результаты обучения/индикаторы достижения компетенций (показатели освоения компетенции)
1	**2**	**3**
Первый уровень (пороговый) (ПК-6) –1	Реклама и связи с общественностью в бизнесе	Знать: основное содержание коммуникационной инфраструктуры организации, а также содержание ее внутренней и внешней коммуникации З1(ПК-6) Уметь: использовать знание коммуникационных процессов в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации У1(ПК-6) Владеть: навыками создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации как во внутренней, так и во внешней среде В1(ПК-6)
Второй уровень (углубленный) (ПК-6) –2		Декомпозиция I Знать: содержание коммуникационной инфраструктуры организации и теоретико-прикладные основы ее построения З2 (I) (ПК-6) Уметь: использовать знание теоретико-прикладных основ коммуникационных процессов в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации в различных сферах бизнеса У2 (I) (ПК-6). Владеть: прочными навыками создания эффективной коммуникационной инфраструктуры коммерческой организации, как во внутренней, так и во внешней среде в различных сферах бизнеса В2 (I) (ПК-6)

1.3. Входной уровень знаний, умений, опыта деятельности, требуемых для формирования компетенции

- выделяет профессиональную деятельность в области рекламы и связей с общественностью в различных коммерческих и некоммерческих структурах;
- рассматривает современные теоретико-прикладные аспекты построения эффективной коммуникационной инфраструктуры организации в сфере бизнеса;
- умеет анализировать различные методы организации подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции;
- владеет навыком выделять особенности рекламы как сферы профессиональной деятельности.

2. СТРУКТУРА ФОС ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Оценка проводится методом сопоставления параметров продемонстрированной обучающимся продукта деятельности с заданными эталонами и стандартами по критериям.

Для положительного заключения по результатам оценочной процедуры по учебной дисциплине установлено пороговое значение показателя, при котором принимается положительное решение, констатирующее результаты освоения дисциплины.

Таблица – 2.1. Объекты оценивания и наименование оценочных средств

Номер и наименование разделов/тем	Формы текущего контроля успеваемости/ Формы промежуточной аттестации	Объекты оценивания	Вид занятия / Наименование оценочных средств	Форма проведения оценки Устная/ письменная
1	2	3	4	5
Тема 1. Вводная тема. Предмет, цель и задачи курса «Реклама и связи с общественностью в бизнесе»	Текущий контроль	Роль дисциплины в профессиональном становлении бакалавров по направлению подготовки 031600 - «Реклама и связи с общественностью». Специфика профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью в различных коммерческих и некоммерческих структурах.	ПЗ/Доклад-сообщение (анализ конкретных ситуаций)	Устная
Тема 2. Субъекты и объекты рекламной и PR-деятельности в сфере бизнеса.	Текущий контроль	Цели и задачи рекламной и PR-деятельность в сфере бизнеса. Конкретные рекламные и ПР-задачи в различных коммерческих и некоммерческих структурах.	ПЗ/ КТ1 Контрольная работа	Письменная
Тема 3. Инструменты и технологии рекламы и связей с общественностью в различных сферах бизнеса.	Текущий контроль	Особенности рекламы и связей с общественностью в сфере бизнеса. Технологии подготовки к выпуску, производству и распространению рекламных продуктов.	ПЗ/Доклад - сообщение	устная

Тема 4. Организационно-технологические аспекты рекламной и PR-деятельности в бизнесе.	Текущий контроль	Содержание коммуникационной инфраструктуры организации и теоретико-прикладные основы ее построения. Стратегические подходы в организации рекламной и PR-деятельности в бизнесе. Оценка эффективности рекламной и PR-деятельности в бизнесе.	ПЗ/ КТ2 Творческое задание	Письменная
Тема 5. Связи с общественностью и реклама в реализации маркетинговой стратегии коммерческой организации.	Текущий контроль	Понятие комплекса маркетинговых коммуникаций и его структура. Концепция интегрированных маркетинговых коммуникаций. Методы организации подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции.	ПЗ/Защита проектов с презентацией ПЗ/Презентация кейсов	Устная
Тема 6. Модульные технологии в продвижении коммерческих проектов.	Текущий контроль	Содержание основных модулей в продвижении коммерческого проекта. Алгоритм разработки и реализации модульных технологий в продвижении коммерческого проекта	ПЗ/ КТ1 Контрольная работа	Письмен-ная
Тема 7. Реклама и связи с общественностью в бизнес-консалтинге.	Текущий контроль	Консалтинговый процесс в сфере бизнеса: понятие и структура. Коммуникационная составляющая консалтинга в сфере бизнеса. Современные подходы к оценке рекламы как сферы профессиональной деятельности. Бриф и техническое задание в тендере.	ПЗ/Решение кейсов, деловая игра	Устная
Тема 8. Корпоративная социальная ответственность коммерческой организации.	Текущий контроль	Программа корпоративной социальной ответственности в сфере бизнеса. Основные направления социальных программ корпоративной социальной ответственности. Пути создания эффективной коммуникационной инфраструктуры коммерческой организации, как во внутренней, так и во внешней среде в различных сферах бизнеса.	ПЗ/ КТ2 Творческое задание, решение кейсов	Письменная
Тема 9. Реклама и	Текущий	Связи с общественностью и	ПЗ/Круглый	Устная

связи с общественностью в условиях кризиса коммерческой организации.	контроль	реклама на этапе кризисного реагирования. Посткризисные коммуникационные мероприятия. Стратегии кризисных коммуникаций. Организация взаимодействия со СМИ и другими целевыми группами общественности в условиях кризиса. Системный анализ профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью в условиях кризиса.	стол	
Все темы и разделы:	Промежу-точная аттестация	Обобщенные результаты обучения по дисциплине теоретических знаний и практических навыков	Вопросы к зачету / экзамену	Устная
Итоговый контроль по дисциплине	-	Вопрос 1. Знать: Особенности рекламы и связей с общественностью в сфере бизнеса. Вопрос 2 Уметь: Осуществлять комплексный подход к организации выпуска, производства и распространения рекламной продукции Вопрос 3 Владеть: Коммуникационными методами разрешения кризисных ситуаций.	Вопросы к ГИА	

3. ПОКАЗАТЕЛИ И КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ КОМПЕТЕНЦИЙ

Оценка знаний, умений, владений может быть выражена в параметрах «очень высокая», «высокая», соответствующая академической оценке «отлично»; «достаточно высокая», «выше средней», соответствующая академической оценке «хорошо»; «средняя», «ниже средней», «низкая», соответствующая академической оценке «удовлетворительно»; «очень низкая», соответствующая академической оценке «неудовлетворительно».

Таблица – 3.1. Текущий контроль

№	Виды работ	Критерии оценивания			
		Отсутствует компетенция	Базовый уровень освоения компетенции	Повышенный уровень освоения компетенции	Продвинутый уровень освоения компетенции
1	Работа на лекциях	Отсутствие участия студента в работе на занятии	Единичное высказывание	Высказывание суждений, активное участие в работе на занятии	Высказывание неординарных суждений, активное участие в работе на

					занятии
2	Работа на практических/семинарских занятиях	Выполнено менее 54%	Выполнено выше 54% до 69 %	Выполнено от 70% до 84 %	Выполнено выше 85%
3	Работа на практических занятиях, решение общих практических задач	Отсутствие участия в обсуждении, решении, неправильное решение	Единичное высказывание, решение с ошибками	Высказывание суждений, активное участие в ходе решения, правильное решение с отдельными замечаниями	Высказывание неординарных суждений, активное участие в ходе решения, правильное решение без ошибок
4	Работа на практических занятиях, решение индивидуальных практических задач	Отсутствие участия в обсуждении, решении, неправильное решение	Единичное высказывание, решение с ошибками	Высказывание суждений, активное участие в ходе решения, правильное решение с отдельными замечаниями	Высказывание неординарных суждений, активное участие в ходе решения, правильное решение без ошибок

Критерии оценивания формулируются для каждой компетенции и отражают опознаваемую деятельность обучающегося, поддающуюся измерению.

Таблица – 3.2. Обобщенные критерии оценивания освоения компетенции:

1	**2 (балл 54)**	**3 (балл 55-69)**	**4 (балл 70-84)**	**5 (балл 85-100)**
Отсутствует компетенция	Отсутствует компетенция	Базовый уровень освоения компетенции	Повышенный уровень освоения компетенции	Продвинутый уровень освоения компетенции
Компетенция не освоена. Студент не владеет необходимыми знаниями.	Компетенция не освоена. Обучающийся частично показывает знания, входящие в состав компетенции, понимает их необходимость, но не может их применять.	Компетенция освоена. Обучающийся показывает общие знания, входящие в состав компетенции, имеет представление об их применении, умение извлекать и использовать основную (важную) информацию из полученных знаний	Компетенция освоена. Обучающийся показывает полноту знаний, демонстрирует умения и навыки решения типовых задач.	Компетенция освоена. Обучающийся показывает глубокие знания, демонстрирует умения и навыки решения сложных задач, умение принимать решения, создавать и применять документы, связанные с профессиональной деятельностью; способен самостоятельно решать проблему/задачу

1	2 (балл 54)	3 (балл 55-69)	4 (балл 70-84)	5 (балл 85-100)
Отсутствует компетенция	Отсутствует компетенция	Базовый уровень освоения компетенции	Повышенный уровень освоения компетенции	Продвинутый уровень освоения компетенции
				на основе изученных методов, приемов и технологий.

Базовый уровень освоения компетенций - обязательный для всех обучающихся по завершении освоения дисциплины.

Повышенный уровень освоения компетенций - превышение минимальных характеристик сформированности компетенции для обучающегося.

Продвинутый уровень освоения компетенций - максимально возможная выраженность компетенции, важен как качественный ориентир для самосовершенствования так и дополнительное к требованиям ОПОП освоение компетенций с учетом личностных характеристик:

- активное участие в конференциях, конкурсах, круглых столах и т.д. с получением зафиксированного положительного результата по вопросам, включенным в дисциплину;
- разработка и реализация проектов с применением компетенций, указанных в рабочей программе;
- демонстрирует умение применять теоретические знания для решения практических задач повышенной сложности и нестандартных задач;
- выполнение в срок всех поставленных задач.

4. ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТА

Таблица – 4.1. Шкала критериев оценивания компетенций

Оценка	Содержание
1 2 (балл до 54)	Демонстрирует непонимание проблемы. Многие требования, предъявляемые к заданию не выполнены. Демонстрируется первичное восприятие материала. Работа незакончена и /или это плагиат.
3 (балл 55-69)	Демонстрирует частичное понимание проблемы. Большинство требований, предъявляемых, к заданию выполнены. Владение элементами заданного материала. В основном выполненный материал понятен и носит целостный характер.
4 (балл 70-84)	Демонстрирует значительное понимание проблемы обозначенной дисциплиной. Все требования, предъявляемые к заданию выполнены. Содержание выполненных заданий раскрыто и рассмотрено с разных точек зрения.
5 (балл 85-100)	Демонстрирует полное понимание проблемы. Все требования, предъявляемые к заданию выполнены. Продемонстрировано уверенное владение материалом дисциплины. Выполненные задания носят целостных характер, выполнены в полном объеме, структурированы, представлены различные точки зрения, продемонстрирован творческий подход.

Шкалы оценивания и процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине регламентируются Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по программам высшего образования и Положением о балльно-рейтинговой системе.

Для оценки сформированности результатов обучения по дисциплине используется балльно-рейтинговая система успеваемости обучающихся:

Формой итогового контроля по дисциплине (6 семестр) является зачет, итоговый результат формируется в соответствии со шкалой, приведенной ниже в таблице:

Баллы	Оценка
<55	Незачет
>55	Зачет

Формой итогового контроля по дисциплине (7 семестр) является экзамен, итоговая оценка формируется в соответствии со шкалой, приведенной ниже в таблице:

Баллы	Оценка
<55	неудовлетворительно
<70	удовлетворительно
<85	хорошо
>85	отлично

5. ПЕРЕЧЕНЬ ЗАДАНИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

5.1. ЗАДАНИЯ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ:

Таблица - 5.1.1. Перечень заданий текущего контроля и их наименование

Наименование оценочных средств	Содержание задания
Работа на лекциях	Активное участие в работе на занятии в соответствии с темой лекции
Защита проекта с презентацией	1. Коммерческая организация как базисный субъект PR-деятельности и объект рекламной и PR-деятельности; 2. Модульные технологии в рекламных и PR-коммуникациях по продвижению коммерческого проекта; 3. Программа корпоративной социальной ответственности в сфере бизнеса
Круглый стол	1. Бизнес как сфера рекламы и связей с общественностью); 2. Стратегические подходы в организации рекламной и PR-деятельности в бизнесе 3. Реклама и связи с общественностью в брендинге коммерческой организации и торговой марки
Представление презентации/доклада-сообщения	Современные Интернет-технологии в рекламе и связях с общественностью на службе бизнеса.
Презентация Кейса	Кейс Информационно-коммуникативное сопровождение коммерческой организации в условиях кризиса.
Деловая игра	Реклама и связи с общественностью в информационном обеспечении консалтинговых задач в сфере бизнеса.

5.2. КОНТРОЛЬНЫЕ ТОЧКИ БРС

6-й семестр
Контрольная точка № 1 в форме контрольной работы
Темы:

1. Специфика профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью в различных коммерческих и некоммерческих структурах.
2. Рекламная и PR-деятельность в сфере бизнеса как парадигма современного рынка.
3. Цели и задачи рекламной и PR-деятельность в сфере бизнеса.
4. Рекламные агентства и PR-агентства в коммуникационном сопровождении бизнеса.
5. Коммерческая организация как базисный субъект PR-деятельности и объект рекламной и PR-деятельности.
6. Организационно-правовые формы коммерческих организаций.
7. Особенности рекламы и связей с общественностью в сфере бизнеса.
8. Реклама и связи с общественностью в системе B2B.
9. Реклама и связи с общественностью в системе B2C.
10. Реклама и связи с общественностью в СМИ.
11. Преимущества и недостатки традиционных и современных средств рекламы.
12. Современные Интернет-технологии в рекламе и связях с общественностью на службе бизнеса.

Методические рекомендации:

На выполнение КТ № 1 обучающимся выделяется один академический час.

Требования к структуре ответа: полнота и корректность.

Методические рекомендации по подготовке:

– повторение лекционного материала;
– разбор практических задач и конкретных ситуаций;
– использования рекомендуемой литературы, приведенной в разделе 9.1. рабочей программы дисциплины;
– посещение консультаций преподавателя.

Контрольная точка №2. Творческое задание

Проект «Коммуникативное пространство коммерческой организации»

Форма сдачи материала – письменная работа.

Методические указания по выполнению проекта:

Для выполнения проекта студенты выбирают коммерческую организацию, изучают ее внутреннюю и внешнюю среду, направления деятельности, стратегию развития, целевые группы общественности, инструменты и каналы коммуникации.

Структура проекта:

1. Титульный лист.
2. Оглавление.
3. Предисловие.
4. Характеристика организации.
5. Целевые группы общественности
6. Коммуникационная база организации (инструменты, каналы и технологии коммуникаций, которыми располагает организация).
7. Базовое коммуникативное пространство организации (представляется в форме таблицы).
8. Заключение.
9. Список литературы. (3-5 источников).

Работа должна быть набрана на компьютере. Технические требования: формат – А4; поля: левое – 3 см, правое, верхнее и нижнее – 2 см; межстрочный интервал – 1,5; кегль шрифта основного текста – 14, шрифт – TimesNewRomans; выравнивание текста – по ширине страницы, отступ абзаца – 1,25. Работа должна быть скреплена в отдельной папке. Объем работы 8-10 страниц.

Работа сдается преподавателю.

7-й семестр.

Контрольная точка № 1 в форме контрольной работы

Темы:

1. Организация рекламной и PR-деятельности в бизнесе как процесс.
2. Стратегические подходы в организации рекламной и PR-деятельности в бизнесе.
3. Оценка эффективности рекламной и PR-деятельности в бизнесе.
4. Маркетинговые стратегии в бизнесе: понятие и классификация.
5. Понятие комплекса маркетинговых коммуникаций и его структура.
6. Концепция интегрированных маркетинговых коммуникаций.
7. Реклама и связи с общественностью в брендинге коммерческой организации и торговой марки.
8. Модульные технологии в рекламных и PR-коммуникациях: понятие и содержание.
9. Понятие консалтинга в сфере бизнеса.
10. Коммуникационная составляющая консалтинга в сфере бизнеса.
11. Процессная и экспертная модели консультирования в бизнесе по вопросам рекламы и связей с общественностью.
12. Корпоративная социальная ответственность: понятие, содержание и функции.
13. Основные направления социальных программ корпоративной социальной ответственности.
14. Информационно-коммуникативное сопровождение коммерческой организации в условиях кризиса

Методические рекомендации:

На выполнение КТ № 1 обучающимся выделяется один академический час.

Требования к структуре ответа: полнота и корректность.

Методические рекомендации по подготовке:

– повторение лекционного материала;
– разбор практических задач и конкретных ситуаций;
– использования рекомендуемой литературы, приведенной в разделе 9.1. рабочей программы дисциплины;
– посещение консультаций преподавателя.

Контрольная точка №2. Творческое задание

Проект «Реклама и связи с общественностью в реализации маркетинговой стратегии»

Форма сдачи материала – письменная работа.

Методические указания по выполнению проекта.

Для выполнения проекта студенты выбирают коммерческую организацию, изучают ее внутреннюю и внешнюю среду, направления деятельности, маркетинговую стратегию развития.

Структура проекта:

1. Титульный лист.
2. Оглавление.
3. Предисловие.
4. Обоснование маркетинговой стратегии расширения рынка ООО «XXX» (могут быть другие маркетинговые стратегии: вывод нового продукта на рынок; стратегия доли рынка; стратегия позиционирования и др.)
5. Обоснование коммуникационной стратегии рекламы и связей с общественностью в маркетинговой стратегии расширения рынка ООО «XXX».

6. Тактика реализации коммуникационной стратегии рекламы и связей с общественностью в маркетинговой стратегии расширения рынка ООО «XXX».(Комплексный план мероприятий рекламы и связей с общественностью).

7. Заключение.

8. Список литературы. (5- 10 источников).

Работа должна быть набрана на компьютере. Технические требования: формат – А4; поля: левое – 3 см, правое, верхнее и нижнее – 2 см; межстрочный интервал – 1,5; кегль шрифта основного текста – 14, шрифт – TimesNewRomans; выравнивание текста – по ширине страницы, отступ абзаца – 1,25. Работа должна быть скреплена в отдельной папке. Объем работы 10-12 страниц.

Работа сдается преподавателю.

5.3. ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ

Экзаменационные вопросы:

1. Бизнес как сфера рекламы и связей с общественностью.
2. Особенности рекламы и PR-деятельности в коммерческой сфере.
3. Коммерческая организация: понятие и типы.
4. Организационно-правовые формы коммерческих организаций.
5. Коммерческая организация как базисный субъект PR.
6. Целевые группы общественности в сфере бизнеса.
7. Инвестиционный меморандум в коммерческой деятельности.
8. Особенности работы отдела по связям с общественностью компании в сфере бизнеса.
9. GR в сфере крупного бизнеса.
10. Связи с общественностью и реклама в реализации маркетинговой стратегии коммерческой организации.
11. Модульные технологии в продвижении бизнес-проекта.
12. Тендер в бизнес-коммуникациях: понятие и основные этапы.
13. Корпоративная социальная ответственность коммерческой организации.
14. Программа корпоративной социальной ответственности.
15. Идентификационный профиль компании.
16. Фирменный стиль коммерческой организации.
17. Миссия и видение коммерческой организации.
18. Корпоративная культура коммерческой организации.
19. Корпоративная философия коммерческой организации.
20. Коммуникативное пространство коммерческой организации.
21. Консалтинговый процесс в PR и рекламе: понятие и структура.
22. Процессная и экспертная модели консультирования в бизнесе по вопросам рекламы и связей с общественностью.
23. Бренд-журналистика как новый вид коммуникации smm стратегии.
24. Нативная реклама и ее роль в продвижении бизнеса.
25. Контент-маркетинг. Определение. Основные причины роста. Цели и решаемые задачи.
26. Основные виды Интернет-маркетинга.
27. Инструменты контент-маркетинга в зависимости от уровня вовлеченности аудитории.
28. Корпоративный сайт компании как СМИ.
29. Сторителлинг и лонгрид как эффективный инструмент письменной коммуникации.
30. Пять правил создания Лонгрида.
31. Диджитал стратегия в бизнесе и ее отличие от smm.

32. Понятие и содержание креативной концепции продвижения компании на рынке.

33. Комьюнити-ориентированный бизнес.

34. Сообщества потребителей: функциональные связи.

35. Бренд-комьюнити: основы не выгоды для бизнеса и польза для потребителей.

36. Правила создания креативного брифа.

37. «Воронка достижений» в диджитал брендинге.

38. Роль и значение персонального бренда 1го лица компании в продвижении бизнеса.

39. Инсайт и диджитал инсайт.

40. Социальный интернет и его роль в продвижении мероприятий.

41. PR-кампания в диджитал: стратегия и этапы взаимодействия с аудиториями.

42. Роль и задачи блогосферы в продвижении бизнеса.

43. Виды и формы интеграции блогеров в бизнес- компании.

44. Система многоканальных коммуникаций в Интернет: «power page» и продвижение посетителя сайта по «воронке конверсии».

6. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ

Процедура оценивания результатов обучения по дисциплине, характеризующих этапы формирования компетенции(ий), представлена паспортом фонда оценочных средств по дисциплине (раздел 1).

Комплект оценочных средств хранится на кафедре, подлежит обновлению по мере необходимости. Для промежуточной аттестации в виде экзамена каждое ОС по дисциплине обновляется и утверждается за 14 дней до начала сессионного периода и хранится в недоступном месте от несанкционированного доступа. Ответственность несет кафедра.

Порядок проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся Университета по ОПОП регламентируются Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по программам высшего образования.

Текущий контроль успеваемости в Университете является формой контроля качества знаний обучающихся, осуществляемого в межсессионный период обучения с целью определения качества освоения ОПОП.

Текущий контроль успеваемости осуществляется: на лекциях, практических (семинарских) занятиях, в рамках контроля самостоятельной работы.

Обучающиеся заранее информируются о критериях и процедуре текущего контроля успеваемости преподавателями по соответствующей учебной дисциплине (модуля).

Успеваемость при текущем контроле характеризует объем и качество выполненной обучающимся работы по дисциплине (модулю).

Педагогические виды и формы, используемые в процессе текущего контроля успеваемости обучающихся, определяются методической комиссией кафедры. Выбираемый вид текущего контроля обеспечивает наиболее полный и объективный контроль (измерение и фиксирование) уровня освоения результатов обучения по дисциплине.

Преподаватели предоставляют сведения о текущей успеваемости обучающихся в рамках проведения текущей аттестации в семестре в деканаты/ учебный отдел института в сроки, определенные внутренними распорядительными документами Университета (факультета).

В целях обеспечения текущего контроля успеваемости преподаватель проводит консультации.

Преподаватель, ведущий занятия семинарского типа, проводит **аттестацию обучающихся за прошедший период**. Аттестация проводится, если проведено не менее 3 практических (семинарских) или лабораторных занятий, в установленные деканатом сроки, не реже 1 раза за учебный семестр. Обучающиеся аттестуются путем выставления в соответствующую групповую ведомость записей по системе: «аттестован» или «не аттестован».

Преподаватель, проставляя итоги аттестации, доводит результаты аттестации до сведения студенческой группы и объясняет причины отрицательной аттестации по запросу обучающегося.

При аттестации обучающихся учитываются следующие факторы:

– результаты работы на занятиях, показанные при этом знания по дисциплине (модулю), усвоение навыков практического применения теоретических знаний, степень активности на практических (семинарских) занятиях;

– результаты и активность участия в семинарах и коллоквиумах;

– результаты выполнения контрольных работ;

– результаты и объем выполненных заданий в рамках самостоятельной работы обучающихся;

– результаты личных бесед со студентами по материалу учебной дисциплины (модуля);

– посещение студентами, семинарских и практических занятий, лабораторных работ;

– своевременная ликвидация задолженностей по пройденному материалу, возникших вследствие пропуска занятий либо неудовлетворительных оценок по результатам работы на занятиях.

– результаты прохождения контрольных точек по дисциплине (при использовании балльно-рейтинговой системы)

Промежуточная аттестация обучающихся Университета является формой контроля результатов обучения по дисциплине с целью комплексного определения соответствия уровня и качества знаний, умений и навыков обучающихся требованиям, установленным образовательной программой.

Формирование оценки текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины осуществляется с использованием балльно-рейтинговой системы оценки знаний обучающихся, требования к которым изложены в Положении о балльно-рейтинговой системе.

7. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ

Адаптированные оценочные материалы содержатся в адаптированной ОПОП. Обучение обучающихся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости осуществляется на основе адаптированной рабочей программы с использованием специальных методов обучения и дидактических материалов, составленных с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся (обучающегося).

Самостоятельная работа обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов позволяет своевременно выявить затруднения и отставание и внести коррективы в учебную деятельность. Конкретные формы и виды самостоятельной работы обучающихся лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов устанавливаются преподавателем. Выбор форм и видов самостоятельной работы, обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов осуществляется с

учетом их способностей, особенностей восприятия и готовности к освоению учебного материала. Формы самостоятельной работы устанавливаются с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге или на компьютере, в форме тестирования, электронных тренажеров и т.п.).

Основные формы представления оценочных средств – в печатной форме или в форме электронного документа. Для обучающихся с нарушениями зрения предусматривается возможность проведения текущего и промежуточного контроля в устной форме. Для обучающихся с нарушениями слуха предусматривается возможность проведения текущего и промежуточного контроля в письменной форме.

Таблица 7.1. – Категории обучающихся с ОВЗ, способы восприятия ими информации и методы их обучения.

Категории обучающихся по нозологиям		Методы обучения
с нарушениями зрения	Слепые. Способ восприятия информации: осязательно-слуховой	Аудиально-кинестетические, предусматривающие поступление учебной информации посредством слуха и осязания. Могут использоваться при условии, что визуальная информация будет адаптирована для лиц с нарушениями зрения: визуально-кинестетические, предполагающие передачу и восприятие учебной информации при помощи зрения и осязания; аудио-визуальные, основанные на представление учебной информации, при которых задействовано зрительное и слуховое восприятие; аудио-визуально-кинестетические, базирующиеся на представлении информации, которая поступает по зрительному, слуховому и осязательному каналам восприятие.
	Слабовидящие. Способ восприятия информации: зрительно-осязательно-слуховой	
С нарушениями слуха	Глухие. Способ восприятия информации: зрительно-осязательный	визуально-кинестетические, предполагающие передачу и восприятие учебной информации при помощи зрения и осязания. Могут использоваться при условии, что аудиальная информация будет адаптирована для лиц с нарушениями слуха: аудио-визуальные, основанные на представление учебной информации, при которых задействовано зрительное и слуховое восприятие; аудиально-кинестетические, предусматривающие поступление учебной информации посредством слуха и осязания; аудио-визуально-кинестетические, базирующиеся на представлении информации, которая поступает по зрительному, слуховому и осязательному каналам восприятие.
	Слабослышащие. Способ восприятия информации: Зрительно-осязательно-слуховой	
С нарушениями опорно-двигательного аппарата	Способ восприятия информации: зрительно-осязательно-слуховой	– визуально-кинестетические; – аудио-визуальные; – аудиально-кинестетические; – аудио-визуально-кинестетические.

Таблица 7.2. – Способы адаптации образовательных ресурсов.

Условные обозначения:

«+» —образовательный ресурс, не требующий адаптации;

«АФ» — адаптированный формат к особенностям приема-передачи информации обучающихся инвалидов и лиц с ОВЗ формат образовательного ресурса, в том числе с использованием специальных технических средств;

«АЭ»— альтернативный эквивалент используемого ресурса

Категории обучающихся по нозологиям		Образовательные ресурсы				
		Электронные				Печатные
		мультимедиа	графические	аудио	текстовые, электронные аналоги печатных изданий	
С нарушениями зрения	Слепые	АФ	АЭ (например, создание материальной модели графического объекта (3Dмодели)	+	АЭ (например, аудио описание)	АЭ (например, печатный материал, выполненный рельефно-точечным шрифтом Л.Брайля)
	Слабовидящие	АФ	АФ	+	АФ	АФ
С нарушениями слуха	Глухие	АФ	+	АЭ (например, текстовое описание, гипер-ссылки)	+	+
	Слабослышащие	АФ	+	АФ	+	+
С нарушениями опорно-двигательного аппарата		+	+	+	+	+

Таблица 7.3. - Формы контроля и оценки результатов обучения инвалидов и лиц с ОВЗ в СПбГЭУ

Категории обучающихся по нозологиям	Форма контроля и оценки результатов обучения
С нарушениями зрения	– устная проверка: дискуссии, тренинги, круглые столы, собеседования, устные коллоквиумы и др.; – с использованием компьютера и специального ПО: работа с электронными образовательными ресурсами, тестирование, рефераты, курсовые проекты, дистанционные формы, если позволяет острота зрения - графические работы и др.
С нарушениями слуха	– письменная проверка: контрольные, графические работы, тестирование, домашние задания, эссе, письменные коллоквиумы, отчеты и др.; – с использованием компьютера и специального ПО: работа с электронными образовательными ресурсами, тестирование, рефераты, курсовые проекты, графические работы, дистанционные формы и др.

С нарушениями опорно-двигательного аппарата	– письменная проверка, с использованием специальных технических средств (альтернативных средства ввода, управления компьютером и др.): контрольные, графические работы, тестирование, домашние задания, эссе, письменные коллоквиумы, отчеты и др.; – устная проверка, с использованием специальных технических средств (средств коммуникаций): дискуссии, тренинги, круглые столы, собеседования, устные коллоквиумы и др.; – с использованием компьютера и специального ПО (альтернативных средств ввода и управления компьютером и др.): работа с электронными образовательными ресурсами, тестирование, рефераты, курсовые проекты, графические работы, дистанционные формы - предпочтительнее обучающимся, ограниченным в передвижении и др.

7.1. ЗАДАНИЯ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ

Текущий контроль и промежуточная аттестация обучающихся инвалидов и лиц с ОВЗ осуществляется с использованием оценочных средств, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации, в том числе с использованием специальных технических средств.

Текущий контроль успеваемости для обучающихся инвалидов и лиц с ОВЗ направлен на своевременное выявление затруднений и отставания в обучении и внесения коррективов в учебную деятельность. Возможно осуществление входного контроля для определении его способностей, особенностей восприятия и готовности к освоению учебного материала.

7.2. ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ

Форма промежуточной аттестации устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.). При необходимости обучающимся предоставляется дополнительное время для подготовки ответа.

Промежуточная аттестация, при необходимости, может проводиться в несколько этапов. Для этого рекомендуется использовать рубежный контроль, который является контрольной точкой по завершению изучения раздела или темы дисциплины, междисциплинарного курса, практик и ее разделов с целью оценивания уровня освоения программного материала. Формы и срок проведения рубежного контроля определяются преподавателем (мастером производственного обучения) с учетом индивидуальных психофизических особенностей обучающихся.