МИНОБРНАУКИ РОССИИ

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

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по дисциплине

DIGITAL КОММУНИКАЦИИ

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 5
4. ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТА 7
5. ПЕРЕЧЕНЬ ЗАДАНИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ 8
5.1. ЗАДАНИЯ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ: 8
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-12	Способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации
ПК-14	Способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности
ПК-15	Владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве

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
Третий уровень (продвинутый) (ПК-12) –З	Digital коммуникации	Знать: социокультурную роль и значение деятельности в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации З3(ПК-12). Уметь: подходить к решению поставленных задач в контексте социокультурных аспектов профессиональной деятельности в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации У3(ПК-12). Владеть: навыками осуществления своей профессиональной деятельности в общественных, производственных, коммерческих структурах и СМИ в сфере цифровых коммуникаций В3(ПК-12).
Третий уровень (продвинутый) (ПК-14) –З		Знать: современные подходы к оценке рекламы как сферы профессиональной деятельности З3(ПК-14). Уметь: комплексно подходить к оценке профессиональной компетентности специалиста в области рекламы У3(ПК-14). Владеть: технической подготовленностью к решению профессиональных задач в области рекламы В3(ПК-14).

Этапы формирования компетенций	Наименование дисциплины	Планируемые результаты обучения/индикаторы достижения компетенций (показатели освоения компетенции)
1	2	3
Третий уровень (продвинутый) (ПК-15) –3		Знать: социокультурные особенности функционирования в организациях отделов по рекламе и маркетинговых отделов, а также рекламных агентств З3(ПК-15). Уметь: выделять социокультурные аспекты в профессиональной деятельности специалиста отдела рекламы, маркетингового отдела или сотрудника рекламного агентства У3(ПК-15). Владеть: навыками SEO продвижения сайта отдела по рекламе, маркетингового отдела и рекламного агентства В3(ПК-15).

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

- Знает основы теории коммуникации, особенности и закономерности коллективного труда.
- Понимает специфику текстов интегрированных коммуникаций.
- Анализирует тексты рекламы и тексты по связям с общественностью, учитывая специфику их воздействия на общественное сознание
- Имеет представление о коммуникативной специфике рекламы и PR, а также традиционных инструментах продвижения.
- Владеет базовыми навыками литературного редактирования.
- Знает основное содержание коммуникационной кампании и виды мероприятий в рекламной деятельности и в связях с общественностью;
- Умеет использовать знания основных требований при решении задач, связанных с разработкой коммуникационных кампаний и мероприятий в рекламной деятельности и связях с общественностью в контексте поставленной задачи.

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 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. Основы интернет-коммуникаций в рекламе и PR	Текущий контроль	Этапы развития интернет-технологий. Виды интернет-ресурсов. Аудитория Интернета. Поиск	ПЗ: Дискуссия Выступление с докладами (презентациями)	Устная

		информации в интернете.		
Тема 2. Корпоративный сайт как основа интернет-коммуникаций	Текущий контроль	Виды веб-сайтов. Структура и дизайн корпоративного сайта. Оценка эффективности электронного веб-сайта.	ПЗ: Решение практических задач, кейсов ПЗ: Дискуссия Выступление с докладами (презентациями)	Устная
Тема 3. Электронный бизнес, интернет-маркетинг и связи с общественностью	Текущий контроль	Определение и направление электронного бизнеса. Электронный маркетинг и интернет-маркетинг. Инструменты интернет-маркетинга. Актуальные направления PR в Интернете.	ПЗ: Решение практических задач, кейсов ПЗ: Дискуссия Выступление с докладами (презентациями)	Устная
Тема 4. Рекламные и PR-технологии в сети Internet	Текущий контроль	Понятие интернет-рекламы и ее виды. Основные характеристики интернет-рекламы. Специфика работы с агентствами интернет-рекламы.	ПЗ: КТ№1 Терминологический диктант	Устно-письменная
Тема 5. Блоги и социальные сети в рекламе и связях с общественностью	Текущий контроль	Блог и блогосфера. Виды блогов. Методы оценки богов. Типы социальных сетей. Вирусный и скрытый маркетинг.	ПЗ: Решение практических задач, кейсов ПЗ: Дискуссия Выступление с докладами (презентациями)	Устная
Тема 6. Современные тенденции развития информационных технологий в рекламе и связях с общественностью	Текущий контроль	Информационные технологии в инновационной экономике. Тенденции развития информационных технологий. Перспективные направления развития рекламы и связей с общественностью.	ПЗ: КТ№2 Тестирование.	Устно-письменная
Все темы и разделы:	**Промежуточная аттестация**	Обобщенные результаты обучения по дисциплине теоретических знаний и практических навыков	Вопросы к экзамену	**Устная**
Итоговый контроль по дисциплине	-	Вопрос 1 (знать). Специфика продвижения в цифровой среде Вопрос 2 (уметь): Критерии выбора современных компьютерных и телекоммуникационных технологий в рамках коммуникационной кампании. Вопрос 3 (владеть): Анализ вирусного медиатекста	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	Компетенция освоена. Обучающийся показывает общие знания, входящие в состав компетенции, имеет представление об	Компетенция освоена. Обучающийся показывает полноту знаний, демонстрирует умения и навыки решения типовых	Компетенция освоена. Обучающийся показывает глубокие знания, демонстрирует умения и навыки решения

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
	компетенции, понимает их необходимость, но не может их применять.	их применении, умение извлекать и использовать основную (важную) информацию из полученных знаний	задач.	сложных задач, умение принимать решения, создавать и применять документы, связанные с профессиональной деятельностью; способен самостоятельно решать проблему/задачу 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 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
Выступление с докладами (презентациями)	Примерные темы презентаций: 1. Этапы развития интернет-технологий. 2. Виды интернет-ресурсов. 3. Аудитория Интернета. 4. Интернет-реклама: основные разновидности. 5. Направления электронного бизнеса 6. Коммуникативные характеристики нативных материалов. И.т.д.
Решение практических задач	Примерные темы задач: «Анализ структуры и наполнения корпоративного сайта», «Оценка воздействующего потенциала вирусного медиатекста» «Выявление инструментов вовлечения в сетевом тексте» «Анализ выбранной категории сообществ» «Описание формата и жанрового наполнения блога»
Кейсы	Примерные темы: «Ньюсджекинг в коммерческом сообществе» «Привлечение трафика на продающий сайт» «Контент-менеджмент сетевого ресурса» «Продвижение корпоративного сообщества» «Оптимизация таргетированной рекламы»
Дискуссия	Примерные темы:

	«Вирусные медиатексты в системе интегрированных коммуникаций» «Продвижение сообщества» «Критерии оценки эффективности SMM» «Факторы успеха интернет-блога» «Корпоративный сайт: требования и технологии»

5.2. КОНТРОЛЬНЫЕ ТОЧКИ БРС

Контрольная точка 1: Задание на понимание терминов (терминологический диктант)

Типовой перечень терминов для терминологического диктанта:
CTR (коэффициент кликабельности)
HTML-тег
SEO-мероприятия
Баннерная слепота
Блог
Блогосфера
Видеохостинг
Вики-продвижение
Вики-разметка
Виральность
Виральный охват
Вирусный медиатекст
Витальный запрос
Интеграция
Коллаборация
Контекстная реклама
Контент маркетинг
Кроссплатформенность,
Кросспостинг
Кросс-постинг
Масслайкинг
Массфоллоуинг
Мем
Метатег
Микроразметка
Мобильное приложение
Нативная реклама
Ньюсджекинг
Омниканальность
Паблик
Поисковый маркетинг
Рекламный кабинет
Ремаркетинг
Ретаргетинг,
Сетевое СМИ
Сетевой ресурс
Consumer generated media (CGM)
Сниппет
Социальная сеть,
Спамдексинг
Хостинг

Методические рекомендации:

На выполнение КТ № 1 обучающимся выделяется два академических часа.

При выполнении терминологического диктанта требуются четкая формулировка содержания понятий, знание и умелое оперирование терминами.

Требования к результатам выполнения практического задания: 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: Тестирование

Комплект вариантов тестовых заданий

ВАРИАНТ 1.

№	Вопрос	Варианты ответа
1	В чем основные преимущества контент-маркетинга:	Позволяет превратить корпоративный сайт в полноценное СМИ.
		Позволяет получать прибыли при минимальных затратах.
		Обеспечивает опосредованную продажу через востребованный целевой аудиторией контент, укрепляя авторитет компании или бренда.
2	Назовите основные характеристики блогосферы.	Кроссплатформенность, виральность, витальность.
		Независимость, отсутствие контроля, естественность.
		Большой вес доверия потребителя, дополнительная виральность, разнообразие тем, кроссплатформенность.
3	Что такое конверсия в интернет-маркетинге?	Рост числа активных посетителей сайта, выраженный в процентах.
		Отношение числа посетителей сайта, выполнивших на нем какие-либо целевые действия, к общему числу посетителей сайта, выраженное в процентах.
		Рост постоянных посетителей сайта, выраженный в процентах.
4.	Вики-разметка используется…	**Для создания вики-страниц** (в том числе в социальных сетях).
		Только в Википедии.
		Для продвижения товаров и услуг на Youtube
5.	CMS переводится как…	Система управления заявками
		Система управления контентом
		Система оптимизации выдачи
6.	Размещение вирусного контента на сетевых площадках называется…	Оптимизацией выдач
		Посевом
		Распылением
7.	Микроразметка – это…	Использование сниппетов для создания оглавлений на сайте
		Настройка CMS для оптимизации управления сайтом
		Один из инструментов поисковой оптимизации сайта
8.	SEO-оптимизация бывает…	Транспарентной и дисперсной
		Контекстной и абсолютной
		Внутренней и внешней
9.	При использовании	Закрыть все HTML-теги

	таргетированной рекламы, как правило, нужно…	Использовать спамдексинг
		Оптимизировать сниппеты

ВАРИАНТ 2.

№	Вопрос	Варианты ответа
1	Дайте определение понятию «Бренд-журналистика»:	**Коммуникация через вовлекающие формы контента, обеспечивающая опыт взаимодействия с брендом.**
		Публикация журналистских материалов о бренде.
		Реалити-шоу и онлайн трансляции, связанные с конкретным брендом..
2	Что бизнес может предложить блогеру?	**Создавать свое сообщество, постепенно вовлекать, поддерживать ощущение избранности, проводить партнерские мероприятия, находить лидеров мнений.**
		Поддерживать ощущение избранности и привлекать подписчиков к блогу.
		Проводить регулярные мероприятия для блогеров.
3	Что такое интернет-блог?	Регулярно обновляемый интернет дневник.
		Интернет коммуникация от первого лица. .
		Онлайн дневник, основное содержимое которого – регулярно добавляемые записи, содержащие текст, изображения или мультимедиа.
4.	Выбирая между пабликом или группой в ВК, следует…	**Учитывать специфику контента и предполагаемый характер активности целевой аудитории.**
		Учитывать только предполагаемый характер активности целевой аудитории.
		Принимать решение в зависимости от того, собираетесь ли вы использовать вики-разметку.
5.	HTML-теги	**Могут быть открывающими и закрывающими**
		Несовместимы с микроразметкой
		Нельзя редактировать вручную
6.	CMS переводится как…	**Система управления контентом**
		Система управления заявками
		Система оптимизации выдачи
7.	Микроразметка – это…	Использование сниппетов для управления изменениями на сайте
		Инструмент оптимизации сниппетов
		Часть CMS, предназначенная для оптимизации управления сайтом
8.	Вики-разметка используется…	**Для создания вики-страниц** (в том числе в социальных сетях).
		Только в Википедии.
		Для продвижения товаров и услуг на Youtube
9.	Посевом называется…	**Размещение вирусного контента на сетевых площадках**
		Размещение контекстной рекламы
		Добавление микроразметки на сайт

Методические рекомендации:

На выполнение КТ № 2 обучающимся выделяется два академических часа.

При выполнении тестирования требуются понимание взаимосвязи между изучаемыми явлениями.

Требования к результатам выполнения практического задания: 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.

5.3. ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ

Вопросы к экзамену:

1. Виды коммуникации в Интернете. Этапы развития интернет-технологий
2. Виды интернет-ресурсов. Аудитория Интернета
3. Поиск информации в интернете. Виды веб-сайтов
4. Структура и дизайн корпоративного сайта
5. Оценка эффективности электронного веб-сайта
6. Определение и направление электронного бизнеса
7. Электронный маркетинг и интернет-маркетинг.
8. Инструменты интернет-маркетинга
9. Актуальные направления рекламы и PR в Интернете
10. Блог и блогосфера. Виды блогов.
11. Методы оценки богов. Типы социальных сетей
12. Вирусный и скрытый маркетинг. Информационные технологии в инновационной экономике.
13. Тенденции развития информационных технологий. Перспективные направления развития рекламы и связей с общественностью
14. Виды коммуникации в Интернете. Этапы развития интернет-технологий
15. Виды интернет-ресурсов. Аудитория Интернета
16. Поиск информации в интернете. Виды веб-сайтов
17. Структура и дизайн корпоративного сайта
18. Оценка эффективности электронного веб-сайта
19. Определение и направление электронного бизнеса
20. Электронный маркетинг и интернет-маркетинг.
21. Инструменты интернет-маркетинга
22. Актуальные направления рекламы и PR в Интернете
23. Блог и блогосфера. Виды блогов.
24. Методы оценки богов. Типы социальных сетей
25. Вирусный и скрытый маркетинг. Информационные технологии в инновационной экономике.
26. Тенденции развития информационных технологий. Перспективные направления развития рекламы и связей с общественностью
27. Виды коммуникации в Интернете. Этапы развития интернет-технологий
28. Виды интернет-ресурсов. Аудитория Интернета
29. Поиск информации в интернете. Виды веб-сайтов
30. Структура и дизайн корпоративного сайта
31. Оценка эффективности электронного веб-сайта
32. Определение и направление электронного бизнеса
33. Электронный маркетинг и интернет-маркетинг.
34. Инструменты интернет-маркетинга
35. Актуальные направления рекламы и PR в Интернете
36. Блог и блогосфера. Виды блогов.

37. Методы оценки богов. Типы социальных сетей
38. Вирусный и скрытый маркетинг. Информационные технологии в инновационной экономике.
39. Тенденции развития информационных технологий. Перспективные направления развития рекламы и связей с общественностью
40. Виды коммуникации в Интернете. Этапы развития интернет-технологий
41. Виды интернет-ресурсов. Аудитория Интернета
42. Поиск информации в интернете. Виды веб-сайтов
43. Структура и дизайн корпоративного сайта
44. Оценка эффективности электронного веб-сайта
45. Определение и направление электронного бизнеса
46. Электронный маркетинг и интернет-маркетинг.
47. Инструменты интернет-маркетинга
48. Актуальные направления рекламы и PR в Интернете
49. Блог и блогосфера. Виды блогов.
50. Методы оценки богов. Типы социальных сетей

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.