МИНОБРНАУКИ РОССИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный
экономический университет»

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по дисциплине

ТЕХНОЛОГИИ СТРАТЕГИЧЕСКИХ КОММУНИКАЦИЙ

Направление подготовки	42.04.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль) программы	Стратегические коммуникации в бизнесе
Уровень высшего образования	Магистратура
Форма обучения	Очная

Санкт-Петербург
2020

Содержание

1. Перечень компетенций и этапы их формирования в процессе освоения дисциплины 3
2. Структура ФОС по дисциплине 3
3. Показатели и критерии оценки компетенций 6
4. Шкала оценивания результата 8
5. Перечень заданий по дисциплине 8
6. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания 15
7. Особенности освоения дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями 16

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

Категория (группа) компетенций	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикаторов достижения компетенции
Системное и критическое мышление	УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-1.1. Демонстрирует навыки системного и критического мышления и готовность к нему: грамотно, логично, аргументированно формирует собственные суждения и оценку информации, отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок и т.д.
Разработка и реализация проектов	УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК-2.1. Способен разработать стратегию выполнения проекта, подобрать компетентных исполнителей проекта, формулирует совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих достижение поставленной цели
Организационно-управленческий тип задач	ПК-1. Способен управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность	ПК1.1. Осуществляет стратегическое планирование и реализацию коммуникационных проектов и мероприятий; использует творческие технологии для поиска идеи и планирования эффективного коммуникационного проекта/ кампании
Проектно-аналитический тип задач	ПК-5. Способен разрабатывать и реализовывать планы, программы и другие материалы прогнозно-аналитического характера,	ПК-5.2 Использует инструменты и технологии рекламы и связей с общественностью в планировании и осуществлении

	в том числе медиа-планы	коммуникационных кампаний и мероприятий; составляет графики проведения коммуникационных кампаний и мероприятий, графика выхода материалов (медиапланирование)

2. Структура ФОС по дисциплине

Проведение оценки осуществляется путем сопоставления продемонстрированных обучающимся результатов освоения компетенций с заданными критериями.

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 *и/или 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**
1.Теоретические основы технологий стратегических коммуникаций. Понятие и характеристики социально-коммуникативной технологии.	Текущий контроль	Понятие технологии, социальной технологии, социально-коммуникативной технологии: определение, признаки. Социальное пространство и социальное время как система координат технологического процесса. Объекты управления в СКТ (в широком и узком смысле).	Практическое занятие/ Доклад с презентацией	Устная/письменная
2.Типология технологий стратегических коммуникаций и технологические аспекты функционирования эффективных коммуникативных источников.	Текущий контроль	Основные критерии типологизации СКТ: интенсивность воздействия, наличие обратной связи, характер взаимодействия между коммуникантами. Типология PR-деятельности Д. Грюнига. Обобщенная типология СКТ. Параметры и характеристики источников - доверие, правдоподобие, известность, симпатия, физическая привлекательность, власть.	Практическое занятие/ Доклад с презентацией	Устная/письменная

		Эмпирические исследования источников коммуникации. Массовая аудитория. Аудитория как рынок. Базовая типология аудиторий коммуникации.		
3.Пропаганда как технология стратегических коммуникаций.	Рубежный контроль	Пропаганда как социально-коммуникативная технология. Происхождение пропагандистской деятельности. Великие пропагандистские кампании XX века. Методы пропаганды, наиболее востребованные современной социальной практикой. Манипулирование сознанием и психологическая война как социально-коммуникативная технология.	Практическое занятие/ Доклад с презентацией/ индивидуальное практическое задание	Устная/письменная
4.Технологии GR и лоббизма в системе стратегических коммуникаций организации.	Текущий контроль	Полный цикл процесса взаимодействия с органами власти: от мониторинга до оценки результатов. Значение и методика проведения политико-административного ситуационного анализа, коммуникационного аудита и коммуникационного SWOT-анализа. Разработка стратегии и тактики GR-кампании. Инструменты и технологии взаимодействия с органами государственной власти. Технологии прямого и косвенного воздействия на политических стейкхолдеров. Риски GR-деятельности в социальных медиа.	Практическое занятие/ Доклад с презентацией/ групповая практическая работа	Устная/письменная
5.Рекламные и PR-кампании как коммуникативно-технологические процессы.	Текущий контроль	Определения и сущность рекламной и PR-кампании как разновидности коммуникационной кампании. Роль и место рекламных и PR-кампаний в коммуникационной политике организации. Основные характеристики и признаки рекламных и PR-кампаний: проблемная ориентированность, целенаправленность, системность, планомерность, временная и географическая локализация, технологичность, доминирование используемых коммуникативных средств и др. Разработка стратегии	Практическое занятие/ Доклад с презентацией /кейс-технологии/ групповая практическая работа	Устная/письменная

		и тактики рекламной и PR-кампании. Стратегии и возможные модели использования СМИ и возможностей социальных медиа в рекламной и PR-кампании.		
6.Технологии фандрайзинга в системе стратегических коммуникаций компании.	Рубежный контроль	Основные этапы разработки и реализации фандрайзинговой стратегии. Спонсорство, патронат, благотворительность как основные формы взаимодействия организаций - доноров и реципиентов. Спонсоринг как разновидность фандрайзинга.	Практическое занятие/ Доклад с презентацией /кейс-технологии/ групповая практическая работа	Устная/письменная
Все темы и разделы:	**Промежуточная аттестация**	Обобщенные результаты обучения по дисциплине теоретических знаний и практических навыков	экзамен	Устная
Итоговый контроль по дисциплине	**-**	1.Понятие социально-коммуникативной технологии, основные характеристики, типология. 2.Этапы разработки и инструменты технологий стратегических коммуникаций, критерии оценки эффективности. 3.Прикладные стратегические коммуникативные технологии: виды и специфика функционировния.	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	Высказывание неординарных суждений, активное

				занятии	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	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

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
		полученных знаний		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**
Посещение лекций и практических занятий	Написание конспекта лекции Успешность действий студента при освоении им (при работе в аудитории) базовых знаний и навыков, необходимых для получения системного представления о профессии, участие в обсуждении и разборе примеров, готовность задавать вопросы по теме курса и искать ответы на них самостоятельно или вместе с преподавателем умение отвечать на вопросы преподавателя по пройденному материалу. Работа на лекциях-дискуссиях и проблемных семинарах.
Доклад с презентацией	Темы докладов: Основные этапы разработки социально-коммуникативных технологий: планирование, организация, регулирование, контроль. Теория коммуникативных источников. Правдоподобие как характеристика эффективных коммуникаторов. Теория коммуникативных источников. Привлекательность как характеристика эффективных коммуникаторов. Теория коммуникативных источников. Влиятельность как характеристика эффективных коммуникаторов. Происхождение и разновидности аудиторий коммуникации. Современные теории аудиторий коммуникации. Базовая типология аудиторий коммуникации.

	Методология и методика исследования аудиторий средств массовой коммуникации. Активность аудитории. Реклама как коммуникативно-технологический процесс. Пропаганда как социально-коммуникативная технология: история возникновения пропагандистской деятельности. Фандрайзинг как социально-коммуникативная технология. Основные этапы Электоральные технологии как коммуникативно-технологический процесс Управление кризисными коммуникациями как социально-коммуникативная технология Манипулирование сознанием и психологическая война как социально-коммуникативная технология Формирование имиджа как социально-коммуникативная технология. Формирование и продвижение мифов и слухов как социально-коммуникативная технология Слухи в политических кампаниях как коммуникативная технология. Использование мифов в коммуникативных технологиях. Оценка эффективности коммуникативной технологии: теория и практика Спецмероприятия в коммуникативной технологии: теория и практика Технология проведения спецмероприятий для СМИ в коммуникативной кампании. PR-технологии в Интернете: теория и практика. Коммуникативные технологии в организации продаж: теория и практика.

Контрольная точка №1 Индивидуальная практическая работа (кейс-технологии)	*Примеры кейсов: выполнить и представить в виде презентации итоги аналитической работы по следующим предполагаемым тематическим направлениям:* **ТСК в бизнесе:** • Case study на примере рынка образовательных услуг; • Case study на примере издательского рынка; • Case study на примере медиарынка; • Case study на примере строительного рынка; • Case study на примере рынка автомобилей; • Case study на примере рынка косметики; • Case study на примере рынка пива; • Case study на примере рынка моющих средств; • Case study на примере рынка лекарств; • Case study на примере рынка по выбору студента; • Case study на примере технологий продвижения в туристической сфере. **Методы пропаганды, наиболее востребованные социальной практикой:** • Case study на примере антинаркотической кампании в России (2000-е гг.); • Case study на примере антиалкогольной кампании в России (2000-е гг.); • Case study на примере антитабачной кампании в России (2000-е гг.) • Case study на примере коммунистической пропаганды в СССР – внешнеполитической пропаганды. • Case study на примере советской пропаганды космических достижений СССР. • Case study на примере антикоммунистической пропаганды против СССР 60-х – 80-х годов XX века. • Case study на примере по выбору студента
Контрольная точка №2 (кейс-технологии) Групповая практическая работа	**Групповая контрольная работа 1:** Является итогом работы в рамках цикла практических занятий по теме «*Фандрайзинг в системе стратегических коммуникаций компании*. ***Техническое задание:*** 1. *Подготовить фандрайзинговый проект в социокультурной сфере.* Спонсорский пакет, объем которого не лимитируется, должен содержать следующие разделы: – сведения об организации - реципиенте и организации - доноре (допускается ссылка как реальные, так и воображаемые физические или юридические лица); – литературное описание социально-культурного проекта (выполняется в свободной форме); – программное описание проекта; – смета с постатейным указанием расходов; – анализ потенциальных мотивов донора; – анализ конкурентных преимуществ и недостатков реципиента; – планируемый результат. Проект может быть выполнен и представлен на практическом занятии рабочей группой из двух – трех студентов.

	Форма выполнения работы: мультимедийная презентация (приветствуется разработка собственных креативных материалов)

5.2. Контрольные точки БРС

КОНТРОЛЬНАЯ ТОЧКА №1 (ИНДИВИДУАЛЬНАЯ ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА)

Примерные задания к индивидуальной практической работе:

Примеры кейсов: выполнить и представить в виде презентации итоги аналитической работы по следующим предполагаемым тематическим направлениям:

ТСК в бизнесе:

- Case study на примере рынка образовательных услуг;
- Case study на примере издательского рынка;
- Case study на примере медиарынка;
- Case study на примере строительного рынка;
- Case study на примере рынка автомобилей;
- Case study на примере рынка косметики;
- Case study на примере рынка пива;
- Case study на примере рынка моющих средств;
- Case study на примере рынка лекарств;
- Case study на примере рынка по выбору студента;
- Case study на примере технологий продвижения в туристической сфере.

Методы пропаганды, наиболее востребованные социальной практикой:

- Case study на примере антинаркотической кампании в России (2000-е гг.);
- Case study на примере антиалкогольной кампании в России (2000-е гг.);
- Case study на примере антитабачной кампании в России (2000-е гг.)
- Case study на примере коммунистической пропаганды в СССР – внешнеполитической пропаганды.
- Case study на примере советской пропаганды космических достижений СССР.
- Case study на примере антикоммунистической пропаганды против СССР 60-х – 80-х годов XX века.
- Case study на примере по выбору студента

КОНТРОЛЬНАЯ ТОЧКА № 2 (ГРУППОВАЯ ПРАКТИЧЕСКАЯ РАБОТА)

Пример задания к групповой контрольной работе:

Групповая контрольная работа: Является итогом работы в рамках цикла практических занятий по теме «*Фандрайзинг в системе стратегических коммуникаций компании*.

Техническое задание: 1. *Подготовить фандрайзинговый проект в социокультурной сфере.*

Спонсорский пакет, объем которого не лимитируется, должен содержать следующие разделы:

- сведения об организации - реципиенте и организации - доноре (допускается ссылка как реальные, так и воображаемые физические или юридические лица);
- литературное описание социально-культурного проекта (выполняется в свободной форме);
- программное описание проекта;
- смета с постатейным указанием расходов;
- анализ потенциальных мотивов донора;

– анализ конкурентных преимуществ и недостатков реципиента;
– планируемый результат.

Проект может быть выполнен и представлен на практическом занятии рабочей группой из двух – трех студентов.

Форма выполнения работы: мультимедийная презентация (приветствуется разработка собственных креативных материалов) электронных версий, подготовленных всеми магистрантами курса, на едином носителе (диске).

5.3. Курсовая работа

Примерные темы курсовой работы

1. Внутренние коммуникации как стратегический ресурс развития компании Коммуникативные технологии продвижения деятельности российских благотворительных организаций
2. Коммуникативные технологии продвижения международных компаний
3. Коммуникационная стратегия продвижения предприятия в сфере ресторанного бизнеса
4. Коммуникационная стратегия в формировании и развитии корпоративной культуры
5. Коммуникативные технологии продвижения коучинговых услуг в сфере бизнеса
6. Коммуникационная стратегия продвижения молодежных организаций
7. Межкультурные особенности ивент-коммуникации в социокультурной сфере
8. Стратегические коммуникации в информационном сопровождении компании на рынке юридических услуг
9. SMM как инструмент стратегической коммуникационной деятельности компании
10. Стратегические коммуникации в продвижении торговой компании в сфере B2B
11. Коммуникативные технологии продвижения бренда автомобильного салона на российском рынке
12. Реклама и связи с общественностью в реализации маркетинговой стратегии образовательного центра
13. Коммуникационная стратегия продвижения профессиональной ассоциации в диджитал-сфере
14. Ивент как инструмент стратегических коммуникации организации
15. Оценка эффективности коммуникационного продвижения коммерческой компании
16. Стратегические коммуникации в сфере малого бизнеса
17. Персональный ребрендинг в коммуникационной стратегии юридической фирмы
18. Стратегические коммуникации организации в сфере спортивной индустрии
19. Стратегические коммуникации организации сферы досуга
20. Стратегические коммуникации в продвижении стартапа коммуникационного агентства
21. Социальные сети как инструмент стратегических коммуникаций коммерческой организации
22. Коммуникационные стратегии продвижения предприятия малого бизнеса
23. Визуальный текст как инструмент стратегических коммуникаций
24. Стратегия развития бренда фестиваля HoReCa
25. Фандрайзинг как инструмент стратегических коммуникаций организации в сфере культуры и искусства
26. Стратегические коммуникации компании малого бизнеса
27. Технологии стратегических коммуникаций в формировании имиджа органов государственной власти
28. Технологии брендинга в гостиничном бизнесе
29. Стратегические коммуникации автопромышленного предприятия в формировании геобренда
30. Стратегические коммуникации бренда в продвижении на иностранный рынок

31. Стратегические коммуникации градообразующего предприятия
32. Стратегические коммуникации организации фэшн-индустрии
33. Стратегические коммуникации организации в сети Интернет
34. Межкультурный аспект стратегических коммуникаций международной организации
35. Стратегические коммуникации в продвижении продукта массовой культуры
36. Стратегические коммуникации в строительной компании
37. Стратегические коммуникации организации в сфере туризма

5.4. Промежуточная аттестация

Примерные вопросы к экзамену:

1. Понятие технологии, социальной технологии, социально-коммуникативной технологии: определение, признаки.
2. Социальное пространство и социальное время как система координат технологического процесса.
3. Объекты управления в СКТ (в широком и узком смысле).
4. Основные критерии типологизации СКТ.
5. Субъекты и объекты коммуникативных технологий.
6. Основные этапы разработки социально-коммуникативных технологий.
7. Типология PR-деятельности Д. Грюнига.
8. Обобщенная типология технологий стратегических коммуникаций.
9. Параметры и характеристики коммуникативных источников.
10. Эмпирические исследования источников коммуникации.
11. Массовая аудитория. Аудитория как рынок. Базовая типология аудиторий коммуникации.
12. Пропаганда как социально-коммуникативная технология.
13. Происхождение пропагандистской деятельности.
14. Методы пропаганды, наиболее востребованные современной социальной практикой.
15. Манипулирование сознанием и психологическая война как социально-коммуникативная технология.
16. Роль технологий GR и лоббизма в системе стратегических коммуникаций организации.
17. Полный цикл процесса взаимодействия с органами власти: от мониторинга до оценки результатов.
18. Значение и методика проведения политико-административного ситуационного анализа, коммуникационного аудита и коммуникационного SWOT-анализа.
19. Разработка стратегии и тактики GR-кампании.
20. Инструменты и технологии взаимодействия с органами государственной власти.
21. Технологии прямого и косвенного воздействия на политических стейкхолдеров.
22. Риски GR-деятельности в социальных медиа.
23. Определения и сущность рекламной и PR-кампании как разновидности коммуникационной кампании.
24. Роль и место рекламных и PR-кампаний в коммуникационной политике организации.
25. Основные характеристики и признаки рекламных и PR-кампаний.
26. Разработка стратегии и тактики рекламной и PR-кампании.
27. Стратегии и возможные модели использования СМИ и возможностей социальных медиа в рекламной и PR-кампании.
28. Технологии фандрайзинга в системе стратегических коммуникаций компании.
29. Основные этапы разработки и реализации фандрайзинговой стратегии.
30. Спонсорство, патронат, благотворительность как основные формы взаимодействия организаций - доноров и реципиентов.
31. Высокоинтенсивные технологии стратегических коммуникаций (на конкретном примере).
32. Низкоинтенсивные технологии стратегических коммуникаций (на конкретном примере).

33. Односторонние и двусторонние социально-коммуникативные технологии (на конкретном примере).
34. Симметричные социально-коммуникативные технологии (на конкретном примере).
35. Асимметричные социально-коммуникативные технологии (на конкретном примере).
36. Спонсорство как разновидность фандрайзинга.
37. Благотворительность как разновидность фандрайзинга.
38. Электоральные технологии как коммуникативно-технологический процесс.
39. Управление кризисными коммуникациями как социально-коммуникативная технологии.
40. Формирование имиджа как социально-коммуникативная технология.
41. Формирование и продвижение мифов как социально-коммуникативная технология.
42. Формирование и продвижение слухов как социально-коммуникативная технология.
43. Технология формирования имиджа политической партии (на конкретном примере).
44. Оценка эффективности технологий стратегических коммуникаций: теория и практика.
45. Спецмероприятия в коммуникативной технологии: теория и практика.
46. Спецмероприятия для СМИ как инструмент стратегических коммуникаций.
47. Технологии стратегических коммуникаций в Интернете: теория и практика.
48. Коммуникативные технологии в организации продаж: теория и практика.
49. SMM в системе стратегических коммуникаций организации.
50. Корпоративный сайт в системе стратегических коммуникаций организации.

ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАДАНИЯ К ЭКЗАМЕНУ (3 экзаменационный вопрос):

Защита проектной работы/решение кейса «Разработка концепции коммуникационной кампании с использованием технологий стратегических коммуникаций» на примере организации по выбору обучающегося.

Выполнение задания предполагает подготовку и защиту выполненного задания: «Подготовить и публично защитить концепцию коммуникационной кампании с использованием технологий стратегических коммуникаций (не менее трех из изученных в ходе освоения дисциплины).

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, *института*).

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

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 **при необходимости обеспечивающих коррекцию нарушений развития и социальную адаптацию указанных лиц**.

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 нарушениям и 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 нарушениям и 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
	Слабослышащие. Способ восприятия информации:	

	Зрительно-осязательно-слуховой	слуха и осязания; *аудио-визуально-кинестетические*, базирующиеся на представлении информации, которая поступает по зрительному, слуховому и осязательному каналам восприятие.
С нарушениям и 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.

7.3 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.