

**ГАОУ ВО «Дагестанский государственный университет народного хозяйства»**

*Утвержден  
решением Ученого совета ДГУНХ,  
протокол №3 от 30 октября 2023г.*

**Кафедра «Маркетинг и коммерция»**

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

**«Интернет-маркетинг»**

**СПЕЦИАЛЬНОСТЬ СПО 38.02.08 ТОРГОВОЕ ДЕЛО**

**УРОВЕНЬ ОБРАЗОВАНИЯ – СРЕДНЕЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ**

**Махачкала – 2023**

**УДК 339.139**  
**ББК 65.290-2 Р69**

**Составитель** – Шахшаева Аммия Магомедовна, преподаватель кафедры «Маркетинг и коммерция» ГАОУ ВО «ДГУНХ»

**Внутренний рецензент** – Дибирова Мадина Магомедрасуловна, кандидат экономических наук, доцент кафедры «Менеджмент» ГАОУ ВО «ДГУНХ».

**Внешний рецензент** – Абдурашидова Аминат Магомедкалильевна, директор межрегионального маркетингового центра «Москва-Дагестан».

**Представитель работодателя** - Алимйрзаева Забидат Ахмедовна, руководитель отдела закупок торгового дома «Еврострой».

*Фонд оценочных средств по дисциплине «Интернет-маркетинг» разработан в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 38.02.08 Торговое дело, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от «19» июля 2023г., № 548 и на основании приказа Минобрнауки РФ от 14.06.2013 г., № 464 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам среднего профессионального образования».*

Фонд оценочных средств по дисциплине «Интернет-маркетинг» размещена на официальном сайте [www.dgunh.ru](http://www.dgunh.ru)

Шахшаева А.М. Фонд оценочных средств по дисциплине «Интернет-маркетинг» для специальности 38.02.08 Торговое дело – Махачкала: ДГУНХ, 2023, 27 с.

Рекомендован к утверждению Учебно-методическим советом ДГУНХ 28 октября 2023 г.

Рекомендован к утверждению руководителем образовательной программы СПО – программы подготовки специалистов среднего звена 38.02.08 Торговое дело Атаева Т.А.

Одобрен на заседании кафедры «Маркетинг и коммерция» 24 октября 2023г., протокол № 3

## СОДЕРЖАНИЕ

Назначение фонда оценочных средств.....	4
I. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ С УКАЗАНИЕМ ЭТАПОВ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.....	5
1.1. Перечень формируемых компетенций.....	5
1.2. Компонентный состав компетенций.....	5
II. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ НА РАЗЛИЧНЫХ ЭТАПАХ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ, ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ...8	
2.1 Критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования по видам оценочных средств.....	8
2.2. Критерии и шкала оценивания результатов обучения по междисциплинарному курсу при экзамене.....	14
III ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ИЛИ ИНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ В ПРОЦЕССЕ ОСОВЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.....	15
3.1. Типовые контрольные задания для текущего контроля успеваемости обучающихся. .15	
3.2. Типовые контрольные задания для промежуточной аттестации обучающихся.....	22
IV. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, ПРАКТИЧЕСКОГО ОПЫТА, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ.....	24

### **Назначение фонда оценочных средств**

Фонд оценочных средств (ФОС) составляется в соответствии с требованиями ФГОС СПО для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине на соответствие их учебных достижений поэтапным требованиям соответствующей программе подготовке специалистов среднего звена (ППССЗ).

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине включает в себя: перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения ППССЗ; описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания; типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения ППССЗ; методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Фонд оценочных средств сформирован на основе ключевых принципов оценивания:

- валидности: объекты оценки должны соответствовать поставленным целям обучения;
- надежности: использование единообразных стандартов и критериев для оценивания достижений;
- объективности: разные студенты должны иметь равные возможности добиться успеха.

Основными параметрами и свойствами ФОС являются:

- предметная направленность (соответствие предмету изучения конкретной учебной дисциплины);
- содержание (состав и взаимосвязь структурных единиц, образующих содержание теоретической и практической составляющих учебной дисциплины);
- объем (количественный состав оценочных средств, входящих в ФОС);
- качество оценочных средств и ФОС в целом, обеспечивающее получение объективных и достоверных результатов при проведении контроля с различными целями.

# I. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ С УКАЗАНИЕМ ЭТАПОВ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

## 1.1. Перечень формируемых компетенций

код компетенции	формулировка компетенции
<b>ОК</b>	<b>ОБЩИЕ КОМПЕТЕНЦИИ</b>
ОК 01.	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам
ОК-2	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности
ОК-3	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках
<b>ПК</b>	<b>ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ</b>
ПК 3.1.	Определять готовность веб-сайта к продвижению
ПК 3.2	Анализировать интернет-пространство, а также поведение пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
ПК 3.4.	Проводить рекламные кампании в социальных медиа для привлечения пользователей в интернет-сообщество
ПК 3.5.	Составлять технические задания в соответствии с требованиями заказчика
ПК 3.6.	Проводить аналитические работы по реализации стратегий продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

## 1.2. Компонентный состав компетенций

код и формулировка компетенции	компонентный состав компетенции		
	знать:	уметь:	иметь практический опыт:
<b>ОК 1.</b> Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	З1 - сущность своей профессиональной деятельности, объекты деятельности, основные особенности работы по избранной профессии	У1 - выполнять задачи будущей профессии	
<b>ОК-2:</b> Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач	методы и способы выполнения профессиональных задач; составные элементы коммерческой деятельности: цели, задачи, принципы,	эффективно организовывать собственную деятельность и решать профессиональные задачи-У2	

профессиональной деятельности	объекты, субъекты, виды коммерческой деятельности-32		
<b>ОК-3:</b> Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	сущность рисков в торговом деле, критерии их оценки-33	распознавать и оценивать опасности в стандартных и нестандартных ситуациях-У3	
<b>ОК-9:</b> Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках	средства установления контакта в коллективе и с потребителями, приемы эффективного делового общения-34	проявлять организованность, трудолюбие, исполнительскую дисциплину в профессиональной деятельности-У4	
<b>ПК 3.1.</b> Определять готовность веб-сайта к продвижению	38 – виды спроса, типы маркетинга, методы формирования спроса и стимулирования сбыта	У8 – формировать цели маркетинговой деятельности.	ПО1 – формировать спрос на товары.
<b>ПК 3.2.</b> Анализировать интернет-пространство, а также поведение пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	38 – виды спроса, типы спроса в интернет пространстве, методы формирования спроса и стимулирования сбыта	У8 – формировать цели маркетинговой деятельности в сети интернет.	ПО1 – формировать спрос на товары в сети интернет.
<b>ПК 3.4.</b> Проводить рекламные кампании в социальных медиа для привлечения пользователей в интернет-сообщество	36 - задачи профессионального и личного развития; инфраструктуру, средства, методы, инновации в коммерции.	У6 - ставить цели и выбирать пути их достижения в профессиональной деятельности.	
<b>ПК 3.5.</b> Составлять технические задания в соответствии с	39 – инструменты маркетинговых коммуникаций и их характеристику.	У9 – использовать инструменты маркетинговых коммуникаций в	ПО2 – способность оценивать эффективность

требованиями заказчика		зависимости от специфики объекта продвижения	маркетинговых коммуникаций
<b>ПК 3.6.</b> Проводить аналитические работы по реализации стратегий продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	310 - этапы маркетинговых исследований и принципы управления маркетингом.	У10 - проводить маркетинговые исследования рынка.	ПО3 – анализа данных маркетинговых исследований.

## II. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ НА РАЗЛИЧНЫХ ЭТАПАХ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ, ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ

### 2.1 Критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования по видам оценочных средств

Балльно-рейтинговая система является базовой системой оценивания сформированности компетенций обучающихся.

Итоговая оценка сформированности компетенции(й) обучающихся в рамках балльно-рейтинговой системы осуществляется в ходе текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации и определяется как сумма баллов, полученных обучающимися в результате прохождения всех форм контроля.

Оценка сформированности компетенции(й) по дисциплине складывается из двух составляющих:

✓ первая составляющая – оценка преподавателем сформированности компетенции(й) в течение семестра в ходе текущего контроля успеваемости (максимум 100 баллов). Структура первой составляющей определяется технологической картой дисциплины, которая в начале семестра доводится до сведения обучающихся;

✓ вторая составляющая – оценка сформированности компетенции(й) обучающихся на экзамене (максимум – 30 баллов).

<i>4 – балльная шкала</i>	<i>«отлично»</i>	<i>«хорошо»</i>	<i>«удовлетворительно»</i>	<i>«неудовлетворительно»</i>
100-балльная шкала	85 и ≥	70 – 84	51 – 69	0 – 50
Бинарная шкала	Зачтено			Не зачтено

#### ПЕРЕЧЕНЬ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

№ п/п	наименование оценочного средства	характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде
<b>УСТНЫЕ ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА</b>			
1	собеседование, устный опрос	Средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.	Вопросы по темам/разделам дисциплины
2	Коллоквиум	Средство контроля усвоения учебного материала темы, раздела или разделов дисциплины, организованное как учебное занятие в виде собеседования преподавателя с обучающимися.	Вопросы по темам/разделам дисциплины
3	Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты, симпозиум	Оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.	Перечень дискуссионных тем для проведения круглого стола, дискуссии, полемики,



			диспута, дебатов
4.	Доклад, сообщение	Продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы	Темы докладов, сообщений
<b>ПИСЬМЕННЫЕ ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА</b>			
1	Реферат	Продукт самостоятельной работы аспиранта, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.	Темы рефератов
2	Тест	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.	Фонд тестовых заданий
5	Контрольная работа	Средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу	комплект контрольных заданий по вариантам
4	Лабораторная работа	Средство для закрепления и практического освоения материала по определенному разделу	Комплект лабораторных заданий
5	Деловая игра	Совместная деятельность группы обучающихся под управление преподавателя с целью решения учебных и профессионально-ориентированных задач путем игрового моделирования реальной проблемной ситуации. Позволяет оценивать умение анализировать и решать типичные профессиональные задачи	Тема (проблема), концепция, роли и ожидаемый результат по каждой игре
6	Кейс-задача	Проблемное задание, в котором обучающемуся предлагается осмыслить реальную профессионально-ориентированную ситуацию, необходимую для решения данной проблемы.	задания для решения кейс-задачи
7	Задача	Это средство раскрытия связи между данными и искомым, заданные условием задачи, на основе чего надо выбрать, а затем выполнить действия, в том числе арифметические, и дать ответ на вопрос задачи.	задания по задачам

#### А) КРИТЕРИИ И ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ ОТВЕТОВ НА УСТНЫЕ ВОПРОСЫ

№ п/п	критерии оценивания	количество баллов	оценка/зачет
1.	1) полно и аргументированно отвечает по содержанию задания; 2) обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только по учебнику, но и самостоятельно составленные; 3) излагает материал последовательно и правильно.	10	отлично
2.	студент дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «5», но допускает 1-2 ошибки, которые сам же исправляет.	8	хорошо
3.	ставится, если студент обнаруживает знание и понимание основных положений данного задания, но: 1) излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; 2) не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; 3) излагает материал непоследовательно и допускает ошибки.	5	удовлетворительно
4.	студент обнаруживает незнание ответа на соответствующее задание, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал; отмечаются такие недостатки в подготовке студента, которые являются серьезным препятствием к успешному овладению последующим материалом.	0	неудовлетворительно

#### Б) КРИТЕРИИ И ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ТЕСТИРОВАНИЯ

№ п/п	тестовые нормы:% правильных ответов	количество баллов	оценка/зачет
1	90-100 %	9-10	
2	80-89%	7-8	
3	70-79%	5-6	
4	60-69%	3-4	
5	50-59%	1-2	
6	менее 50%	0	

#### В) КРИТЕРИИ И ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ РЕШЕНИЯ ЗАДАЧ

№ п/п	критерии оценивания	количество баллов	оценка/зачет
1	Полное верное решение. В логическом рассуждении и решении нет ошибок, задача решена рациональным способом. Получен правильный ответ. Ясно описан способ решения.	9-10	
2	Верное решение, но имеются небольшие недочеты, в		

	целом не влияющие на решение, такие как небольшие логические пропуски, не связанные с основной идеей решения. Решение оформлено не вполне аккуратно, но это не мешает пониманию решения.	7-8	
3	Решение в целом верное. В логическом рассуждении и решении нет существенных ошибок, но задача решена неоптимальным способом или допущено не более двух незначительных ошибок. В работе присутствуют арифметическая ошибка, механическая ошибка или описка при переписывании выкладок или ответа, не искажившие экономического содержания ответа.	5-6	
4	В логическом рассуждении и решении нет ошибок, но допущена существенная ошибка в математических расчетах. При объяснении сложного экономического явления указаны не все существенные факторы.	3-4	
5	Имеются существенные ошибки в логическом рассуждении и в решении. Рассчитанное значение искомой величины искажает экономическое содержание ответа. Доказаны вспомогательные утверждения, помогающие в решении задачи.	2-3	
6	Рассмотрены отдельные случаи при отсутствии решения. Отсутствует окончательный численный ответ (если он предусмотрен в задаче). Правильный ответ угадан, а выстроенное под него решение - безосновательно.	1	
7	Решение неверное или отсутствует.	0	

#### Г) КРИТЕРИИ И ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ, ВЫЯВЛЕННЫХ В ХОДЕ ДЕЛОВОЙ ИГРЫ

	Участники	Иванов	Петров	Сидоров
<i>Компетенции</i>				
<i>ОК-1 - владеет культурой мышления (в т.ч. – экономического), способен к обобщению, анализу, восприятию информации, постановки цели и выбору путей ее достижения</i>				
...				
<i>ПК-2 - способен на основе типовых методик и действующей нормативно правовой базы рассчитать экономические и социально-экономические показатели, характеризующие деятельность хозяйствующих субъектов</i>				
...				
<i>среднее количество баллов</i>				

#### Д) КРИТЕРИИ И ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ ДОМАШНЕГО ЗАДАНИЯ

№ п/п	критерии оценивания	количество баллов
1	Задание выполнено полностью: цель домашнего задания успешно достигнута; основные понятия выделены; наличие схем, графическое выделение особо значимой информации; работа выполнена в полном объеме.	9-10

2	Задание выполнено: цель выполнения домашнего задания достигнута; наличие правильных эталонных ответов; однако работа выполнена не в полном объеме.	8-7
3	Задание выполнено частично: цель выполнения домашнего задания достигнута не полностью; многочисленные ошибки снижают качество выполненной работы.	6-5
4	Задание не выполнено, цель выполнения домашнего задания не достигнута.	менее 5

#### Е) КРИТЕРИИ И ШКАЛЫ ОЦЕНИВАНИЯ КЕЙС-ЗАДАЧ

№ п/п	критерии оценивания	количество баллов	оценка/зачет
1	умение анализировать ситуацию и находить оптимальное количества решений	1	
2	умение работать с информацией, в том числе умение затребовать дополнительную информацию, необходимую для уточнения ситуации	1	
3	умение моделировать решения в соответствии с заданием, представлять различные подходы к разработке планов действий, ориентированных на конечный результат	1	
4	умение принять правильное решение на основе анализа ситуации;	1	
5	навыки четкого и точного изложения собственной точки зрения в устной и письменной форме, убедительного отстаивания своей точки зрения;	1	
6	навык критического оценивания различных точек зрения, осуществление самоанализа, самоконтроля и самооценки.	1	
7	адекватность и соответствие ответов специалиста современным тенденциям рынка, конструктивность.	1	
8	креативность, нестандартность предлагаемых решений;	1	
9	количество альтернативных вариантов решения задачи (версионность мышления);	1	
10	наличие необходимых навыков, их выраженность (в зависимости от <i>требований</i> ).	1	
	<b>Количество баллов в целом</b>		

#### Ж) КРИТЕРИИ И ШКАЛА ОЦЕНКИ ПРЕЗЕНТАЦИЙ

№ п/п	критерии оценки	максимальное количество баллов
1	титульный слайд с заголовком	5
2	дизайн слайдов	10
3	использование дополнительных эффектов (смена слайдов, звук, графика, анимация)	5
4	список источников информации	5
5	широта кругозора	5
6	логика изложения материала	10
7	текст хорошо написан и сформированные идеи ясно изложены	10

	и структурированы	
8	слайды представлены в логической последовательности	5
9	грамотное создание и сохранение документов в папке рабочих материалов	5
10	слайды распечатаны в форме заметок	5
	средняя оценка:	

### ***3) КРИТЕРИИ И ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ НА ЭКЗАМЕНЕ***

<b><i>№ n/n</i></b>	<b><i>Критерии оценивания</i></b>	<b><i>Шкала оценок</i></b>	
		<b><i>Количес тво баллов</i></b>	<b><i>Оценка</i></b>
<b><i>1.</i></b>	Дан полный, в логической последовательности развернутый ответ на поставленный вопрос, где обучающийся продемонстрировал знание дисциплины в полном объеме учебной программы, достаточно глубоко осмысливает дисциплину, самостоятельно и исчерпывающе отвечает на дополнительные вопросы, приводит собственные примеры по проблематике поставленного вопроса, решил предложенные практические задания без ошибок.	24-30	Отлично (высокий уровень сформирован ности компетенции)
<b><i>2.</i></b>	Дан развернутый ответ на поставленный вопрос, где студент демонстрирует знания, приобретенные на занятиях, а также полученные посредством изучения обязательных учебных материалов по курсу, дает аргументированные ответы, приводит примеры, в ответе присутствует свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается неточность в ответе. Решил предложенные практические задания с небольшими неточностями.	17-23	Хорошо (достаточный уровень сформирован ности компетенции)
<b><i>3.</i></b>	Дан ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой дисциплины, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы, знанием основных вопросов теории, слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры, недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа и решении практических заданий.	10-16	Удовлетворит ельно (приемлемый уровень сформирован ности компетенции)
<b><i>4.</i></b>	Дан ответ, который содержит ряд серьезных неточностей, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы, незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов, неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Выводы поверхностны. Решение	0-9	Неудовлетвор ительно (недостаточн ый уровень сформирован ности компетенции)

	практических заданий не выполнено, т.е. студент не способен ответить на вопросы даже при дополнительных наводящих вопросах преподавателя.		
--	---	--	--

## 2.2. Критерии и шкала оценивания результатов обучения по междисциплинарному курсу при экзамене

№ n/n	Критерии оценивания	Шкала оценок	
		Сумма баллов по дисциплине / междисципли- нарному курсу	Оценка
1.	Обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал различной литературы, правильно обосновывает принятое нестандартное решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач по формированию компетенций.	51 и выше	Отлично (зачтено) (высокий уровень сформирова- нности компетенции )
2.	Обучающийся твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения, а также имеет достаточно полное представление о значимости знаний по дисциплине.		Хорошо (зачтено) (достаточно ый уровень сформирова- нности компетенции )
3.	Обучающийся имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает сложности при выполнении практических работ и затрудняется связать теорию вопроса с практикой.		Удовлетвори- тельно (зачтено) (приемлемы ый уровень сформирова- нности компетенции )
4.	Обучающийся не знает значительной части программного материала, неуверенно отвечает, допускает серьезные ошибки, не имеет представлений по методике выполнения практической работы, не может продолжить обучение без дополнительных занятий по данной дисциплине.	менее 51	Неудовлетво- рительно (не зачтно) (недостаточ- ый уровень сформирова- нности компетенции )

### **III ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ИЛИ ИНЫЕ МАТЕРИАЛЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ В ПРОЦЕССЕ ОСОВЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

#### **3.1. Типовые контрольные задания для текущего контроля успеваемости обучающихся**

##### **Задание №1.**

##### **Тестовое задание**

**1. Укажите качественные показатели, характеризующие интернет-продвижение бизнеса.**

1. Отношение количества покупок, совершенных на сайте, к трафику
2. Визиты
3. Процент отказов
4. Среднее время, проводимое пользователями на сайте
5. Отношение звонков с сайта к трафику
6. Количество пользователей, зашедших на сайт из социальных сетей
7. Процент прироста трафика из органической выдачи

**2. Что такое целевое действие пользователя на сайте? Укажите наиболее правильный и полный ответ.**

1. Целевое действие – это звонок потенциального клиента в офис компании
2. Целевое действие на сайте – это такое действие, которое демонстрирует заинтересованность пользователя в товаре или услуге компании: клик на определенную кнопку, посещение определенной страницы, заполнение формы

3. Целевое действие – это время, которое проводит пользователь на сайте

**3. Укажите вариант, где верно описана последовательность разработки сайта.**

1. Составление технического задания, разработка дизайна, установка системы администрирования, наполнение сайта информацией, продвижение
2. Предпроектное проектирование, составление технического задания, разработка дизайна, верстка, установка системы администрирования, программирование, тестирование, наполнение сайта информацией
3. Составление технического задания, выбор системы администрирования, верстка, программирование, наполнение сайта информацией, проведение работ по стартовой поисковой оптимизации
4. Составление договора на работы, разработка дизайна, верстка, программирование, наполнение сайта информацией, тестирование

**4. К чему приводит использование адаптивной верстки на сайте? Укажите все возможные последствия использования этого типа верстки.**

1. Сайт становится особенно привлекательным
2. Сайт корректно отображается на экране мобильного телефона
3. Страницы сайта становятся наиболее релевантными поисковым запросам
4. Сайт можно просматривать на ТВ-экране
5. Сайт не пессимизируется поисковыми машинами
6. Процент отказов снижается

**5. Что такое поисковая оптимизация сайта? Укажите правильное определение.**

1. Поисковая оптимизация – это такая работа с сайтом и внешними факторами, влияющими на сайт, которая с некоторой долей вероятности приводит к тому, что сайт виден в выдаче поисковой машины определенным пользователям, использующим эту поисковую машину

2. Поисковая оптимизация – это действия, которые производит поисковый оптимизатор с целью гарантированного вывода продвигаемого сайта в ТОП-10 Яндекса и Google

3. Поисковая оптимизация – это инструмент интернет-маркетинга, который используется для гарантированного увеличения трафика из поисковых систем на продвигаемый сайт

4. Поисковая оптимизация – это мошенническая деятельность поисковых оптимизаторов с целью незаконного выманивания денег у владельцев сайтов

**6. Можно ли давать гарантию на попадание сайта в ТОП-10 (20) выдачи поисковой машины при соблюдении определенных правил работы с сайтом?**

1. Да, конечно, иначе зачем осуществлять поисковую оптимизацию, если нет гарантии?

2. Нет, такие гарантии не могут быть даны, так как попадание в ТОП – вероятностное событие, которое зависит от многих факторов

3. Для некоторых поисковых запросов такая гарантия может быть дана, для некоторых других – нет.

**7. Какие бывают типы запросов пользователей в поисковой строке поисковой машины?**

1. Информационные

2. Транзакционные

3. Положительные

4. Коммерческие/некоммерческие

5. Навигационные

6. Бюджетные

7. Ежедневные

**8. Какой инструмент интернет-маркетинга в долгосрочной перспективе с большей долей вероятности привлечет на сайт посетителя с минимальной стоимостью затрат?**

1. Контекстная реклама

2. Работа с социальными сетями

3. Поисковая оптимизация

4. Баннерная реклама

**9. Если Вы собираетесь продвигать свой бизнес в Интернете на территории России, то в какой зоне предпочтительнее зарегистрировать домен, чтобы он лучше продвигался при условии использования всех инструментов интернет-маркетинга?**

1. рф

2. ru

3. com

4. moscow

5. su

6. Другая доменная зона, которая не указана в списке

**10. Что такое контекстная реклама?**

1. Контекстная реклама – это инструмент интернет-маркетинга, который позволяет получить на сайт только заинтересованных пользователей

2. Контекстная реклама – это инструмент интернет-маркетинга, который предполагает показ баннеров, ведущих на рекламируемый сайт

3. Контекстная реклама – это вид интернет-рекламы, при котором рекламное объявление показывается в зависимости от поискового запроса пользователя к поисковой машине

**11. Укажите список, в котором подобраны наиболее эффективные запросы для проведения контекстной рекламной кампании интернет-магазина натуральной косметики.**



1. Натуральная косметика, что такое натуральная косметика, где купить натуральную косметику, крем из натуральных ингредиентов, состав натуральной косметики

2. Купить крем, купить крем для лица в интернет-магазине, интернет-магазин натуральной косметики

3. Купить крем для лица в магазине натуральной косметики, интернет-магазин натуральной косметики Москва, купить натуральную косметику дешево, купить натуральную косметику с доставкой

**12. Какой показатель контекстной рекламы характеризует работу рекламного агентства, если оно обязано только качественно настроить кампанию на стороне системы контекстной рекламы?**

1. CPA
2. CTR
3. KPI
4. Процент отказов
5. Все эти показатели вместе

**13. На какой срок целесообразно запускать контекстную рекламную кампанию?**

1. На год
2. На месяц
3. На срок отложенного спроса
4. Всё зависит от бюджета

**14. Укажите правильное утверждение:**

1. В большинстве случаев баннерная реклама более эффективна, чем контекстная

2. Эффективность контекстной рекламы, как правило, выше баннерной

3. Если мы проводим контекстную рекламную кампанию, то баннерная нам не нужна

**15. Продвижение в социальных сетях однозначно приводит к:**

1. Увеличению продаж
2. Росту трафика на сайт
3. Лояльности потребителей
4. Изменению информационного поля компании (бренда)

**16. Ретаргетинг (или ремаркетинг) в рекламных системах – это:**

1. Рекламный механизм, посредством которого онлайн-реклама направляется тем пользователям, которые уже просмотрели рекламируемый продукт, посетив сайт рекламодателя

2. Перенаправление пользователя с рекламной площадки на сайт рекламодателя с использованием определенных интеллектуальных механизмов

3. Изменение рекламного объявления в режиме реального времени в зависимости от того, какой именно пользователь просматривает рекламу

**Задание №2.**

**Разбор ситуации**

- Создайте группу (сообщество) в Facebook и оформите ее — 3 балла
- Создать аккаунт в Twitter – 3 балла
- Создайте группу (сообщество) в Вконтакте и оформите ее — 3 балла
- Купите на бирже 50 подписчиков к себе в группу. Бирж в интернете много, можете использовать любую. Ваша цель понять принципы накруток — 10 баллов
- Сделайте 15 публикаций в группе – должен быть текст и картинка – 8 баллов
- Настройте таймер на постинг публикаций в группах – 2 балла за группу

- Запустить рекламу Вконтакте и привлечь в свою группу первые 200 реальных подписчиков —15 баллов
- Получить 20 лайков за одну публикацию – 3 балла
- Разместить платную публикацию в чужой группе. Можете использовать внутреннюю биржу Вконтакте или внешнюю, например Sociate.ru Задача, получить 50 новых подписчиков с платного размещения —10 баллов
- Настроить hootsuite.com (бесплатный тариф для управления своей Facebook группой и Твиттер аккаунтом) – 10 баллов
- Записать 10 механик проведения конкурсов в Вконтакте и Фейсбуке — 5 баллов
- Настроить кросспостинг с ВК или Facebook в Твиттер (встроенная функция) — 5 баллов
- Собрать топ 20 самых популярных хештегов для вашей страны в Твиттер и опубликовать 5 постов в Твиттер, используя 8 хештегов —7 баллов
- Подготовить контент-план для сообщества на 2 недели — 8 баллов
- Написать и поместить правила поведения в сообществе – 5 баллов
- Поиграть в тролля с напарником, где он будет троллить в вашей группе, а вы должны грамотно обрабатывать его троллинг, 10 вопросов-ответов. 5 баллов.

1. Выберите социальную сеть для создания сообщества, посвященного Вашему бизнес-проекту. С помощью прикрепленного документа в формате excel опишите контент-план сообщества на ближайшие 1-2 недели. В контент-плане уточните тип контента согласно группам целевой аудитории - заполните слайд 5 Шаблона проекта.

2. Изучите дополнительный материал "[Как и где посмотреть статистику поисковых запросов](#)" и выполните анализ статистики поисковых запросов по Вашему продукту в течение месяца - заполните слайд 6 Шаблона проекта.

После составления контент-плана создайте сообщество в выбранной социальной сети и начинайте им руководить - добавляйте контент и контактируйте с участниками сообщества.

### **Задание №3.**

#### **Кейс-ситуации**

##### ***Кейс 1. «Приемы рекламного воздействия».***

В разных сферах деятельности человека встречаются разнообразные определения понятия рекламы. Основная ее цель с практической точки зрения едина - увеличение объема продаж товара или реализации услуг в настоящее время и/или в недалеком будущем. Именно для этого реклама воздействует на целевую аудиторию, побуждая людей приобретать, заказывать, использовать рекламируемые товары и услуги. При этом для увеличения эффективности воздействия применяются различные приемы и методы, ориентированные на работу с определенными психическими структурами, как на сознательном, так и на подсознательном уровне восприятия. В нашем кейсе мы обозначим эти приемы понятием «рекламное воздействие».

Для простоты подачи материала будем называть рекламируемый предмет товаром, подразумевая под этим названием не только товары, но и услуги. Рассказывая о рекламе, мы имеем в виду в основном рекламу коммерческую. Хотя многие из методов, описываемых в предлагаемых кейсах, с успехом применяются и в других видах рекламы - политической и социальной. Основной акцент будет сделан на телевизионные рекламные ролики, в которых, как правило, используется достаточно широкий спектр различных методов и приемов рекламного воздействия на широкую аудиторию.

**Методы:** Дополнительное свидетельство, использование авторитетов и групп влияния.

Метод основан на том, что в течение некоторого времени утверждения, использованные в рекламе, будут подтверждены на практике. Причем этот факт должны засвидетельствовать некоторые авторитетные люди или группы людей. Возможен вариант со ссылкой на абстрактную «группу квалифицированных экспертов», «компьютерный анализ», «клиническую практику». Большого эффекта можно достигнуть, упоминая в рекламе конкретные лаборатории, специалистов авторитетных компаний, известных организаций или популярных людей.

Иногда для повышения доверия потребителя на съемки действительно приглашаются известные актеры, телеведущие, спортсмены, политики. Широко используются авторитеты стилистов популярных фильмов при рекламе косметики, гонщиков при рекламе шин и т.п. Если же использовать в качестве респондента среднестатистического человека (в рекламе порошка «Тайд» многодетная мать Людмила Кузоватова), то доверие аудитории будет значительно меньше. Тем более что еще не все забыли пресловутого Леню Голубкова с его сапогами для жены.

**Задача:** Провести анализ актуальной рекламы на предмет использования такого метода как «Дополнительное свидетельство, использование авторитетов и групп влияния»: 2-3 примера на выбор в сопоставлении.

### ***Кейс 2. «Уникальные коммуникации»***

«Tatra Banka» - один из сильных банковских брендов в Словакии. Он пятнадцать раз признавался полезным и лучшим банком по версии различных аудиторов и премий. На этот раз банк «Tatra Banka» нуждался в привлечении на работу операционистов и служащих из лучших выпускников университетов с помощью брендинга. Цели коммуникационной кампании:

- 1) привлечь самых сообразительных и амбициозных выпускников на работу в «Tatra Banka» на позицию служащего;
- 2) коммуникация должна строиться исходя из принципа банка «Лучшие идут с нами».

Целевая аудитория рекламной кампании - молодые и сообразительные выпускники, им от 20 до 35 лет, в конце учебного года необходима работа, у них «умная голова с высокой самооценкой». С одной стороны, аудитория требовательная и надо искать нешаблонные пути коммуникации, с другой - надо поддерживать имидж одного из лучших банков страны. В итоге было решено провести кампанию, основанную на коротких высказываниях, двусмысленных выражениях, пословицах и советах, которые потом «разоблачились». Постеры и стикеры с рекламой «Tatra Banka» были размещены следующим образом:

- на остановках, снаружи и внутри городского транспорта;
- Интернет – баннеры, размещенные на популярных сайтах;
- снаружи и внутри лифтов, на лестницах учебных заведениях;
- на центральных пешеходных улицах крупных городов.

Основным сюжетом стал девиз: «Берегите вашу голову. Ведь мы в ней заинтересованы», «Хотите подняться?» - написано на нижних ступеньках (транспорта или лестницы) «Высших позиций вы достигните, если попробуете устроиться на работу в Tatra Banka» - заявляет размещенная на верхних ступеньках надпись. Такой посыл четко объяснял, что «Tatra Banka» нуждается в молодых и сильных личностях, которые к тому же хорошо соображают.

Подача заявлений на работу в «Tatra Banka» увеличилась на 300%. И даже спустя два месяца после окончания рекламной кампании высокий интерес, получение работы именно в этом банке, сохранился. Самое ценное - это то, что претенденты на вакансии четко соответствовали тем требованиям, которые предъявлял банк к своим будущим сотрудникам.

*Вопросы и задания к кейсу:*

1. В чем проявилась уникальность маркетинговых коммуникаций, которые использовал банк для своей рекламной кампании?
2. Согласны ли вы, что девиз данной рекламной кампании: «Умная голова с высокой самооценкой»? Объясните, к какой из двух целей коммуникационной кампании он относится.
3. Объясните, как бренд Tatra Banka способствовал отсутствию проблем при найме сотрудников.
4. Выделите главный девиз в содержании всех сообщений брендинга в данном примере.

#### **Задание №4.**

##### **Решение типовых задач**

##### **Задача 1.**

##### **Разработка стратегии Digital Marketing**

1. Определите сферу деятельности бизнес-проекта и тип сайта: интернет-магазин, корпоративный сайт, блог, сайт-лэндинг и т.д..
2. Определите название проекта и укажите его авторов - заполните слайд 2 Шаблона проекта.
3. Сформулируйте цель и задачи бизнес-проекта (сайта) и опишите целевую аудиторию - заполните слайд 3 Шаблона проекта.

На основе целей и задач проекта постройте ментальную карту (Mind Map) бизнес-проекта с помощью программы [coggle.it](http://coggle.it) (необходима регистрация): на первом уровне отразите группы целевой аудитории, на втором этапе пользовательские задачи и на третьем уровне опишите функциональное наполнение сайта (исходя из пользовательских задач). Задание выполняется в виде презентации в Шаблоне проекта "Digital Marketing".

##### **Задание 2.**

1. Изучите дополнительный материал "Парсинг сайтов (программа+видео+скачать) и проведите парсинг отобранных поисковых запросов в качестве ключевых слов на сайте.

2. Изучите дополнительный материал "Семантическое ядро сайта: что это и как его составлять?" и составьте семантическое ядро сайта по Вашему бизнес проекту - заполните слайд 7 Шаблона проекта.

3. С помощью программы [WIX.com](http://WIX.com) создайте макет сайта по бизнес-проекту.

4. Внутри макета сайта проведите оптимизацию сайта с заполнением SEO-настроек - заполните слайд 8 Шаблона проекта.

Сделайте скриншот главной страницы сайта на [WIX.com](http://WIX.com) и с помощью графических программ оформите скриншот в виде рисунка. Поместите рисунок скриншота на слайд 8 Шаблона проекта.

##### **Задание 3.**

1. С помощью сервисов ЯНДЕКС.ДИРЕКТ и Google Adwords составьте 2-3 варианта рекламных сообщений сайта. Проверьте объявления на модерацию.

2. Установите параметры рекламной кампании в поисковых ресурсах с наибольшей эффективностью для Вашего проекта.

3. Определите наиболее эффективный вариант рекламного сообщения в поисковых ресурсах. Выберите наиболее выгодный бюджет рекламной кампании и канал распространения рекламы.

Опишите результаты планирования рекламной кампании на слайде 10 Шаблона проекта.

#### **Задание 4.**

Василий открывает контекстную рекламу по брендовым запросам конкурентов. Рекламный бюджет — 14 000 рублей. Через свой сайт Василий сделал 41 продажу. Рассчитайте CPS.

#### **Задание 5.**

Лариса сделала маленький интернет-магазин на Тильде и начала продавать одежду, не подключая онлайн-кассу. Она потратила 6000 рублей на посты в городских пабликах. В итоге, через сайт Лариса получила 28 заявок на продажу. Известно, что конверсия = 50%, рассчитайте сколько продаж и по какой стоимости получила Лариса со своей рекламой кампании.

#### **Задание 6.**

Баннер на развлекательном сайте стоит 1756 рублей в неделю. Ориентировочное количество показов этого баннера аудитории — 14311 за неделю. Найти CPM.

#### **Задание 7.**

Иван продает пластиковые окна. Тратя на Яндекс.Директ 75 000 рублей в месяц, он, в течение этого времени, зарабатывает 133 000 рублей. Рассчитайте ROI контекстной рекламы.

#### **Задание 8.**

CPM баннера на тематическом портале — 38 рублей. Бюджет нашей рекламной кампании — 750 рублей. С этой рекламной кампании мы получили 98 переходов на наш сайт. Какой CTR рекламного баннера?

#### **Задание 9.**

Мелкооптовый клиент делает 1000 заказов в год. Чек — 10 000 рублей, ваша маржа — 25%. Клиент просит скидку за объем и обещает увеличить число заказов: например, при 10% скидке он готов делать 1500 заказов, при 15% — 3 000, а 20% — 10 000. Давать ли скидку?

Да, дадим 10%

Да, дадим 15%

Да, дадим 20%

Нет, любая скидка невыгода

2. 50 000 человек в месяц ищут продукты вашей категории в поиске. 3% искавших переходят на ваш сайт, 2% перешедших — оставляют заявку, 90% оставивших заявку, платят. Если вы вложитесь в SEO-продвижение, то на ваш сайт станут переходить 4500 человек. Если улучшить сайт, оставлять заявки начнут 4% перешедших. Что выгоднее? Вложиться в SEO? Улучшить сайт?

#### **Задание №5.**

##### **ИГРА «ЗАВЕРШЕНИЕ ПРЕДЛОЖЕНИЯ»**

Процедура группового психологического тренинга, направлена на развитие коммуникативной компетенции. Один участник рассказывает историю, при этом не заканчивая фразы; другие - делают это вместо него.

##### **Содержание игры**

Ведущий вызывает четыре добровольцев. Они отсаживаются несколько в стороне от основной группы. Одному из добровольцев ведущий предлагает сделать рассказ о чем-то, что произошло как-то с ним в реальной жизни. При этом существует одно условие: каждое свое предложение рассказчик не заканчивает. Вместо него это делают трое других участников (по очереди).

Интрига состоит в том, что в конце рассказа рассказчик выбирает из трех того, кто, на его взгляд, был ближе всего к тому, что хотел сказать он сам. Примерно выглядит это так:

- Как-то раз шел я по улице и...
- ... подскользнулся.
- ... встретил знакомого.
- ... тут у меня зазвонил телефон.
- На самом деле я шел по улице и увидел бездомную собаку. Я зашел в магазин рядом, чтобы купить там...

- ... колбасу.
- ... колбасу.
- ... сосиску.
- Да, я зашел, чтобы купить колбасу. Но выхожу я из магазина, а...

После нескольких таких рассказов проводится **обсуждение**:

- Каким образом можно догадаться о том, что не договорил собеседник?
- Может быть, у непосредственных участников упражнения возникли какие-то свои находки?

### **3.2. Типовые контрольные задания для промежуточной аттестации обучающихся**

#### **Перечень вопросов на промежуточную аттестацию**

1. Сеть Интернет как среда маркетинга.
2. Уникальность свойств и характеристик сети Интернет.
3. Место Интернет-маркетинга в деятельности компании.
4. Интернет как новый инструмент маркетинга.
5. Принципы этичного маркетинга в сети Интернет.
6. Проблемы и перспективы развития сети Интернет.
7. Понятие веб-сайта предприятия. Его структура.
8. Цели и задачи, стоящие перед веб-сайтом предприятия.
9. Роль службы маркетинга при создании веб-сайта предприятия.
10. Структурирование целевых аудиторий.
11. Создание четкого УТП с помощью веб-сайта.
12. Роль посредников при создании сайта предприятия.
13. Порядок оптимизации сайта предприятия.
14. Сферы применения поискового маркетинга.
15. Составление семантического ядра сайта.
16. Непоисковое продвижение.
17. Системы интернет-статистики. Показатели характеризующие эффективность продвижения сайта предприятия в сети Интернет.
18. Преимущества электронной почты.
19. Условия использования инструментов e-mail маркетинга: структура и содержание договоров, ценовая политика.
20. Требования к построению электронных сообщений.
21. Обеспечение механизма обратной связи.
22. Эффективность e-mail маркетинга и методы ее повышения.
23. Приемы подготовки эффективного электронного письма.
24. Форматы рекламы в сети Интернет.
25. Контекстная реклама: цели задачи.
26. Неэтичные методы продвижения.
27. Понятие партнерских программ.
28. Виды партнерских программ в интернете.

29. Достоинства партнерских программ.
30. Создание партнерских программ.
31. Понятие социальной сети.
32. Роль маркетинга в социальных сетях.
33. Оценка маркетинга в социальных сетях.
34. План маркетинга в социальных сетях.
35. План маркетинга в сети интернет: образ участника и целеполагание.
36. План маркетинга в сети интернет: план отбора каналов и креативная концепция.
37. План маркетинга в сети интернет: схема контента.
38. План маркетинга в сети интернет: создание осведомленности и влияния.
39. План маркетинга в сети интернет: сбор данных, анализ и оптимизация.
40. Совместная работа в сети интернет.
41. Программы обмена мгновенными сообщениями, блоги, хранилища данных, файлообменные сети, он-лайн переводчики.
42. Приложения Google Apps.
43. Профессиональные сообщества в интернете.

#### **IV. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, ПРАКТИЧЕСКОГО ОПЫТА, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ**

**Тестовые задания.** Тестовая форма -позволяет охватить большое количество критериев оценки и допускает компьютерную обработку данных. Как правило, предлагаемые тесты оценки компетенций делятся на психологические, квалификационные (в учебном процессе эту роль частично выполняет педагогический тест) и физиологические.

Современный тест, разработанный в соответствии со всеми требованиями компетентностного подхода, может включать задания различных типов.

В обычной практике применения тестов для упрощения процедуры оценивания как правило используется простая схема:

–отметка «удовлетворительно», если правильно выполнено 50 –70% тестовых заданий;

–«хорошо», если правильно выполнено 70 –85 % тестовых заданий;

–«отлично», если правильно выполнено 85 –100 % тестовых заданий.

Решение заданий в тестовой форме проводится в течение изучения дисциплины. Преподаватель должен определить студентам исходные данные для подготовки к тестированию: назвать разделы (темы, вопросы), по которым будут задания в тестовой форме, нормативные акты и теоретические источники для подготовки.

При прохождении тестирования пользоваться конспектами лекций, учебниками, и иными материалами не разрешено.

Тестирование проводится в письменной форме. На тестирование отводится 15-20 минут. Каждый вариант тестовых заданий включает 20 вопросов. За каждый правильный ответ на вопрос дается 0,5 баллов.

Перевод баллов в оценку. Согласно технологической карте на выполнение теста выделяется 10 баллов. Таким образом, 10 баллов/ 20 вопросов = 0,5 баллов

**Задания «кейс-стади».** Кейс-задача по имитации производственной ситуации - проблемное задание, в котором обучающемуся предлагают осмыслить реальную профессионально-ориентированную ситуацию, необходимую для разрешения данной проблемы путем решения нескольких задач. Позволяет оценивать уровень усвоения знаний, умений и готовность к трудовым действиям со способностью решать нетипичные профессиональные задачи.

Решение кейса представляет собой продукт самостоятельной индивидуальной или групповой работы студентов.

Работа с кейсом осуществляется поэтапно:

Первый этап – знакомство с текстом кейса, изложенной в нем ситуацией, ее особенностями.

Второй этап – выявление фактов, указывающих на проблему(ы), выделение основной проблемы (основных проблем), выделение факторов и персоналий, которые могут реально воздействовать.

Третий этап – выстраивание иерархии проблем (выделение главной и второстепенных), выбор проблемы, которую необходимо будет решить.

Четвертый этап – генерация вариантов решения проблемы. Возможно проведение «мозгового штурма».

Пятый этап – оценка каждого альтернативного решения и анализ последствий принятия того или иного решения.

Шестой этап – принятие окончательного решения по кейсу, например, перечня действий или последовательности действий.



Седьмой этап – презентация индивидуальных или групповых решений и общее обсуждение.

Восьмой этап - подведение итогов в учебной группе под руководством преподавателя.

Критериями оценки выполненного кейс-задания являются:

1. Научно-теоретический уровень выполнения кейс-задания и выступления.
2. Полнота решения кейса.
3. Степень творчества и самостоятельности в подходе к анализу кейса и его решению. Доказательность и убедительность.
4. Форма изложения материала (свободная; своими словами; грамотность устной или письменной речи) и качество презентации.
5. Культура речи, жестов, мимики при устной презентации.
6. Полнота и всесторонность выводов.
7. Наличие собственных взглядов на проблему.

Оценка за кейс-задание выставляется по балльной шкале, принятой в образовательной организации.

**Задачи по анализу конкретных ситуаций.** Решение ситуационных задач осуществляется с целью проверки уровня навыков (владений) студента по решению практической ситуационной задачи.

Студенту объявляется условие задачи, решение которой он излагает устно.

Эффективным интерактивным способом решения задач является сопоставления результатов разрешения одного задания двумя и более малыми группами обучающихся.

Задачи, требующие изучения значительного объема материала, необходимо относить на самостоятельную работу студентов, с непременно разбором результатов во время практических занятий. В данном случае решение ситуационных задач с глубоким обоснованием должно представляться на проверку в письменном виде.

При оценке решения задач анализируется понимание студентом конкретной ситуации, правильность применения норм семейного права, способность обоснования выбранной точки зрения, глубина проработки правоприменительного материала.

**Типовые задачи.** Решение практических задач осуществляется с целью проверки уровня знаний, умений, владений, понимания студентом основных методов и законов изучаемой теории при решении конкретных практических задач, умения применять на практике полученных знаний. Студенту объявляется условие задачи, решение которой он излагает устно.

**Шкала оценивания:**

«отлично» - студент ясно изложил условие задачи, решение обосновал точной ссылкой на изученный материал;

«хорошо» - студент ясно изложил условие задачи, но в обосновании решения имеются сомнения;

«удовлетворительно» - студент изложил условие задачи, но решение обосновал формулировками при неполном использовании понятийного аппарата дисциплины;

«неудовлетворительно» - студент не уяснил условие задачи, решение не обосновал.

При решении ситуационных задач разрешено пользоваться курсом лекций или учебниками.

На решение типовых задач отводиться 10 минут.

**Деловые/ролевые игры.** Ролевая игра, имитирующая реальную профессиональную деятельность (деловая игра) — игровая образовательная технология, представляющая собой моделирование проблемной профессиональной ситуации, решение которой достигается в процессе ролевого взаимодействия участников, по правилам, с

формированием команд игроков и «группы экспертов», в соответствии с сюжетом, по определенному сценарию и последующей оценкой принятого решения.

Разыгрываемая ситуация должна предполагать неоднозначность решений, содержать элемент неопределенности, что обеспечивает проблемный характер игры и личностное участие обучающихся.

Деловые игры, разработанные на конкретных ситуациях, вводят обучающихся в сферу профессиональной деятельности, являясь мощным стимулом активизации самостоятельной работы по приобретению профессиональных знаний и навыков, а также способности решать нестандартные профессиональные задачи.

Интерактивное взаимодействие происходит в процессе всей деловой игры, так как решения принимаются преимущественно коллективно. При этом каждый решает свою отдельную задачу в соответствии со своей ролью и функцией. Обучающиеся приобретают социальные навыки, развивают коммуникативные способности, критическое мышление, для принятия профессионально грамотных решений.

Приобретенные в процессе игры практические навыки зачастую позволяют избежать ошибок, которые возникают при переходе к самостоятельной трудовой деятельности.

Таким образом, деловая игра выполняет следующие функции:

1) образовательная – обобщение и закрепление знаний по пройденным темам курса, развитие трудовых навыков;

2) развивающая – развитие логического, критического, аналитического, творческого мышления, активизация мыслительной деятельности обучающихся;

3) воспитательная – формирование устойчивого интереса к будущей профессии, профессиональной самоидентификации.

Результативность деловой игры во многом зависит от особенностей ее организации и проведения.

Структура деловой игры:

1. Тема и цель игры.

2. Проблема (ы) для рассмотрения и решения в процессе игры.

3. Сюжет (область действительности, условно воспроизводимая в игре).

4. Сценарий.

5. Правила игры.

6. Роли (распределение и принятие ролей на себя участниками).

7. Игровые действия как средство реализации ролей.

Данная структура определяет этапы проведения деловой игры: подготовительный и мотивационно-ориентировочный, основной и рефлексивно-оценочный.

На деловую/ролевою игру отводится 70-90 минут. Критериями оценивания деловой/ ролевой игры: Результативность проведения деловой/ролевой игры определяет процент работы тренера/тренеров, процент работы участников тренинга, процент использования вспомогательных материалов, процент работы каждого участника.

0-20% - тренер плохо излагал материал, группа работала пассивно, не использовались вспомогательные материалы

21-50% - тренер не в полном объеме подал материал, группа работала не активно, использование не в полном объеме вспомогательного материала

51-100% - тренер подробно, содержательно подал материал, группа работала активно, весь вспомогательный материал использовался в полном объеме

**Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины** позволяет оценить уровень сформированности компетенций и осуществляется в форме – экзамена.

Экзамен письменный. Продолжительность 60 минут. Рекомендуется распределять время таким образом: 15 мин – задача (кейс) и по 15 мин на три теоретических вопроса. Изложение должно быть кратким, но содержать все необходимые определения и

формулировки. Для получения отличной оценки ответ должен содержать практические примеры.

Экзамен позволяет проверить способность экзаменуемого в использовании приобретенных знаний в виде устного собеседования по билету.