

ФГБОУ ВО НОВОСИБИРСКИЙ ГАУ

Кафедра управления и отраслевой экономики

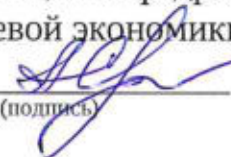
Рег. № м.м. 03-290/3
« 5 » 10 2022 г.

УТВЕРЖДЕН

на заседании кафедры

Протокол от «14» 09 2022 г. № 2

Заведующий кафедрой управления и
отраслевой экономики


(подпись) Е.В. Рудой

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Б1.В.01 Введение в специальность

Шифр и наименование дисциплины

38.03.02 Менеджмент

Код и наименование направления подготовки

Цифровой маркетинг

Направленность (профиль)

Новосибирск 2022

9413

**Паспорт
фонда оценочных средств**

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства
1	Тема 1. Введение в цифровой маркетинг	УК-6 УК-9 ПК-3	<i>Перечень дискуссионных вопросов для семинара. Перечень тем устных сообщений для семинара. Задания в тестах (итоговый контроль) Подготовка реферата</i>
2	Тема 2. Общие сведения о направлении подготовки «Цифровой маркетинг»	УК-6 УК-9 ПК-3	<i>Перечень тем устных сообщений для семинара. Задания в тестах (итоговый контроль) Подготовка реферата</i>
3	Тема 3. Содержание и структура программы подготовки студентов, обучающихся по направлению подготовки «Цифровой маркетинг» в Новосибирском государственном аграрном университете. Организация учебного процесса и учебной работы	УК-6 УК-9 ПК-3	<i>Перечень дискуссионных вопросов для семинара. Перечень тем устных сообщений для семинара. Задания в тестах (итоговый контроль) Подготовка реферата</i>
4	Тема 4. Коммуникационные каналы цифрового маркетинга	УК-6 УК-9 ПК-3	<i>Перечень дискуссионных вопросов для семинара. Задания в тестах (итоговый контроль) Подготовка реферата</i>
5	Тема 5. Научно-исследовательская работа студентов	УК-6 УК-9 ПК-3	<i>Перечень тем устных сообщений для семинара. Задания в тестах (итоговый контроль) Подготовка реферата</i>
6	Тема 6. Области и стратегии применения цифрового маркетинга	УК-6 УК-9 ПК-3	<i>Перечень дискуссионных вопросов для семинара. Задания в тестах (итоговый контроль) Подготовка реферата</i>
	Экзамен	УК-6 УК-9 ПК-3	<i>Вопросы к экзамену</i>

ФГБОУ ВО Новосибирский ГАУ
Кафедра управления и отраслевой экономики
(наименование кафедры)

Темы реферата
по дисциплине Введение в специальность
(наименование дисциплины)

1. История развития сети Интернет.
2. Концепция построения сети Интернет.
3. Сервисы сети Интернет.
4. Технологии Интернета в маркетинге.
5. Маркетинговые исследования в сети Интернет.
6. Разработка стратегии продвижения в сети Интернет.
7. E-mail маркетинг. Технология осуществления рассылки. Результат автоматизированных серий писем.
8. Стратегия сегментации в E-mail маркетинге. Экономическая эффективность массовых рассылок
9. Тенденции современного E-mail маркетинга.
10. Модели поведения посетителей сайтов
11. Лидогенерация как бизнес-процесс. Преимущества, основные понятия.
12. Методы лидогенерации. Факторы успеха лидогенерации.
13. Технология работы с платежными системами Webmoney, PayCash (Работа в Интернет с электронным кошельком: получение на кошелек, расчеты с помощью кошелька).
14. Лэндинг. Методы и факторы успеха.
15. Электронная коммерция бизнес-клиент (B2C).
16. Электронная коммерция бизнес-бизнес (B2B). Преимущества и недостатки.
17. Понятие электронного бизнеса. Преимущества электронного бизнеса.
18. Создание и регистрация сайта.
19. Разработка SEO friendly сайта.
20. Виды интернет-рекламы.
21. Сервисы контекстной рекламы. Анализ эффективности контекстной рекламы.
22. Медиапланирование в Интернет. Критерии выбора рекламных носителей
23. Оценка эффективности рекламной кампании.

24. SMM. Методы и стратегии.
25. Сравнительная характеристика социальных сетей в Рунете. Особенности продвижения в социальных сетях.
26. PR в интернет.
27. Модели электронного бизнеса и их характеристика.
28. Сущность и функции браузера. Сравнение популярных браузеров.
29. Требования к Интернет-магазину. Обработка заказа. Управление магазином.
30. Партнерский маркетинг. Партнерские программы, виды, поиск, управление
31. SEO. Алгоритм работы поисковой системы. Основные понятия.
32. Внутренняя оптимизация сайта.
33. Интернет-магазин. Обработка заказа. Управление магазином.
34. Развитие сферы услуг в Интернет.

Критерии оценки:

- оценка «зачтено» выставляется студенту, если выполнены все требования к написанию и защите реферата: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы. Работа может быть зачтена и в том случае, когда основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём реферата; имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы;

- оценка «не зачтено» – тема реферата не раскрыта, задания не выполнены, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

Перечень дискуссионных вопросов для семинара

Тема: ВВЕДЕНИЕ В ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ

1. Кратко сформулируйте суть маркетинга как философии бизнеса.
2. Перечислите и раскройте сущность основных императивов маркетинга, приведите примеры их практической реализации.
3. Основные принципы маркетинговой деятельности, осуществляемой в соответствии с изложенными императивами.
4. Что представляет собой комплекс маркетинга.
5. В чем отличия моделей комплекса маркетинга 4Р, 5Р, 7Р.
6. Какова основная цель проведения сегментирования рынка.
7. Каковы наиболее распространенные критерии оценки и выбора целевых сегментов рынка.
8. Что представляет собой портрет потребителя и каково его основное назначение.
9. Перечислите характеристики, который портрет потребителя может включать.

Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если ответ показывает глубокое и системное знание материала. Студент демонстрирует отчетливое и свободное владение научным языком и терминологией. Логически корректное и убедительное изложение ответа.

- оценка «хорошо» - знание узловых проблем и основного содержания лекционного курса; умение пользоваться концептуально-понятийным аппаратом в процессе анализа основных проблем в рамках данной темы. В целом логически корректное, но не всегда точное и аргументированное изложение ответа.

- оценка «удовлетворительно» - фрагментарные, поверхностные знания содержания лекционного курса; затруднения с использованием научно-понятийного аппарата и терминологии; частичные затруднения с выполнением заданий;

- оценка «неудовлетворительно» - незнание, либо отрывочное представление о данных вопросах материала; неумение использовать понятийный аппарат; отсутствие логической связи в ответе.

Перечень тем устных сообщений для семинара

Тема: ВВЕДЕНИЕ В ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ

1. Придумайте несколько интересных и актуальных с вашей точки зрения бизнес-идей (3 и более), выберите из них наиболее жизнеспособную с вашей точки зрения.

2. Составьте общую характеристику предприятия, в рамках которого данная идея может быть реализована, и проведите исследование ее целевой аудитории.

Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если сообщение выдержано студентом в рамках установленного регламента, структура доклада четко выражена, грамотно оформлен раздаточный материал. Студент демонстрирует свободное владение материалом, развернуто и аргументированно отвечает на дополнительные вопросы по теме сообщения;

- оценка «хорошо» - сообщение выдержано студентом в рамках установленного регламента, структура доклада четко выражена, грамотно оформлен раздаточный материал. Студент демонстрирует свободное владение материалом, развернуто отвечает на дополнительные вопросы по теме сообщения, но не всегда точно и аргументированно;

- оценка «удовлетворительно» - сообщение выдержано студентом в рамках установленного регламента, структура доклада выражена нечетко, недостаточно наглядно оформлен раздаточный материал. Студент недостаточно свободно владеет материалом, на дополнительные вопросы по теме сообщения отвечает не достаточно полно, демонстрируя фрагментарные, поверхностные знания содержания рассматриваемой темы;

- оценка «неудовлетворительно» - сообщение не выдержано студентом в рамках установленного регламента, структура доклада выражена нечетко, отсутствует раздаточный материал. Студент недостаточно свободно владеет материалом. При ответе на дополнительные вопросы по теме сообщения демонстрирует незнание, либо отрывочное представление о данных вопросах материала; неумение использовать понятийный аппарат; отсутствие логической связи в ответе.

Перечень тем устных сообщений для семинара

Тема: ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ О НАПРАВЛЕНИИ ПОДГОТОВКИ «Цифровой маркетинг»

1. Сущность, цели Болонского процесса. Отказ от Болонской системы: последствия и перспективы для российского образования.
2. Уровни (ступени) высшего профессионального образования.
3. ФГОС (для бакалавров): основы, принципы, виды, значение.
4. Перспективы развития подготовки работников государственного аппарата в России. Виды послевузовского образования.
5. Очно-заочная форма организации учебного процесса.

Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если сообщение выдержано студентом в рамках установленного регламента, структура доклада четко выражена, грамотно оформлен раздаточный материал. Студент демонстрирует свободное владение материалом, развернуто и аргументированно отвечает на дополнительные вопросы по теме сообщения;

- оценка «хорошо» - сообщение выдержано студентом в рамках установленного регламента, структура доклада четко выражена, грамотно оформлен раздаточный материал. Студент демонстрирует свободное владение материалом, развернуто отвечает на дополнительные вопросы по теме сообщения, но не всегда точно и аргументированно;

- оценка «удовлетворительно» - сообщение выдержано студентом в рамках установленного регламента, структура доклада выражена нечетко, недостаточно наглядно оформлен раздаточный материал. Студент недостаточно свободно владеет материалом, на дополнительные вопросы по теме сообщения отвечает не достаточно полно, демонстрируя фрагментарные, поверхностные знания содержания рассматриваемой темы;

- оценка «неудовлетворительно» - сообщение не выдержано студентом в рамках установленного регламента, структура доклада выражена нечетко, отсутствует раздаточный материал. Студент недостаточно свободно владеет материалом. При ответе на дополнительные вопросы по теме сообщения демонстрирует незнание, либо отрывочное представление о данных вопросах материала; неумение использовать понятийный аппарат; отсутствие логической связи в ответе.

Перечень дискуссионных вопросов для семинара

Тема: СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ПРОГРАММЫ ПОДГОТОВКИ СТУДЕНТОВ, ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ «ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ» В НОВОСИБИРСКОМ ГОСУДАРСТВЕННОМ АГРАРНОМ УНИВЕРСИТЕТЕ. ОРГАНИЗАЦИЯ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА И УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

1. Преимущества цифрового маркетинга.
2. Базовые и продвинутые инструменты цифрового маркетинга.
3. Нормативно-правовое регулирование маркетинговой деятельности цифрового маркетинга.
4. Перспективы развития цифрового маркетинга.

Критерии оценки:

Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если ответ показывает глубокое и системное знание материала. Студент демонстрирует отчетливое и свободное владение научным языком и терминологией. Логически корректное и убедительное изложение ответа.

- оценка «хорошо» - знание узловых проблем и основного содержания лекционного курса; умение пользоваться концептуально-понятийным аппаратом в процессе анализа основных проблем в рамках данной темы. В целом логически корректное, но не всегда точное и аргументированное изложение ответа.

- оценка «удовлетворительно» - фрагментарные, поверхностные знания содержания лекционного курса; затруднения с использованием научно-понятийного аппарата и терминологии; частичные затруднения с выполнением заданий;

- оценка «неудовлетворительно» - незнание, либо отрывочное представление о данных вопросах материала; неумение использовать понятийный аппарат; отсутствие логической связи в ответе.

Перечень тем устных сообщений для семинара

Тема: СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ПРОГРАММЫ ПОДГОТОВКИ СТУДЕНТОВ, ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ «ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ» В НОВОСИБИРСКОМ ГОСУДАРСТВЕННОМ АГРАРНОМ УНИВЕРСИТЕТЕ. ОРГАНИЗАЦИЯ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА И УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

1. Практика студентов: виды, значение.
2. Подготовка и защита выпускных квалификационных работ.
3. Сущность понятия «учебный процесс».
4. Сущность государственных экзаменов.

Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если сообщение выдержано студентом в рамках установленного регламента, структура доклада четко выражена, грамотно оформлен раздаточный материал. Студент демонстрирует свободное владение материалом, развернуто и аргументированно отвечает на дополнительные вопросы по теме сообщения;

- оценка «хорошо» - сообщение выдержано студентом в рамках установленного регламента, структура доклада четко выражена, грамотно оформлен раздаточный материал. Студент демонстрирует свободное владение материалом, развернуто отвечает на дополнительные вопросы по теме сообщения, но не всегда точно и аргументированно;

- оценка «удовлетворительно» - сообщение выдержано студентом в рамках установленного регламента, структура доклада выражена нечетко, недостаточно наглядно оформлен раздаточный материал. Студент недостаточно свободно владеет материалом, на дополнительные вопросы по теме сообщения отвечает не достаточно полно, демонстрируя фрагментарные, поверхностные знания содержания рассматриваемой темы;

- оценка «неудовлетворительно» - сообщение не выдержано студентом в рамках установленного регламента, структура доклада выражена нечетко, отсутствует раздаточный материал. Студент недостаточно свободно владеет материалом. При ответе на дополнительные вопросы по теме сообщения демонстрирует незнание, либо отрывочное представление о данных вопросах материала; неумение использовать понятийный аппарат; отсутствие логической связи в ответе.

Перечень дискуссионных вопросов для семинара

Тема: КОММУНИКАЦИОННЫЕ КАНАЛЫ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГА

1. Что представляют собой маркетинговые коммуникации, какова основная цель их формирования.
2. Перечислите основные ключевые факторы эффективности коммуникаций продвижения и поясните их смысл.
3. Какие вам известны основные каналы и способы продвижения товаров и услуг на электронных рынках?
4. Какова основная задача формирования и реализации стратегии продвижения предприятия и каковы правила ее формирования в общем виде.
5. В чем состоит разница между первичными и промежуточными целями продвижения?
6. Каково место позиционирования в определении основной задачи коммуникационной стратегии маркетинга.
7. Что представляет собой ценностное или уникальное торговое предложение, в чем состоят его основные отличия от позиционирования и слогана.
8. Что в широком смысле обозначает термин «целевая аудитория» и какие существуют подходы к ее определению.
9. В чем суть метода определения целевой аудитории 5W, предложенного Марком Шеррингтоном.
10. Опишите возможную последовательность шагов определения целевой аудитории.
11. Перечислите и дайте краткую характеристику основным этапам разработки коммуникационной стратегии предприятия.
12. Какова цель и результат реализации каждого из них.

Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если ответ показывает глубокое и системное знание материала. Студент демонстрирует отчетливое и свободное владение научным языком и терминологией. Логически корректное и убедительное изложение ответа.

- оценка «хорошо» - знание узловых проблем и основного содержания лекционного курса; умение пользоваться концептуально-понятийным аппаратом в процессе анализа основных проблем в рамках данной темы. В

целом логически корректное, но не всегда точное и аргументированное изложение ответа.

- оценка «удовлетворительно» - фрагментарные, поверхностные знания содержания лекционного курса; затруднения с использованием научно-понятийного аппарата и терминологии; частичные затруднения с выполнением заданий;

- оценка «неудовлетворительно» - незнание, либо отрывочное представление о данных вопросах материала; неумение использовать понятийный аппарат; отсутствие логической связи в ответе.

Перечень тем устных сообщений для семинара

Тема: НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ РАБОТА СТУДЕНТОВ

1. Научно-исследовательская работа в компетентностной парадигме высшего образования.
2. Портфолио как форма представления результатов НИРС.
3. Основные методы анализа документов.
4. Контрольные точки учебного исследования.
5. Проблемные и предметные кружки.
6. Проблемные студенческие лаборатории.
7. Клубы как один из способов организации НИРС.
8. Роль поисковых научных исследований в формировании будущих специалистов.
9. Рационализаторская и изобретательская работа студента.
10. Научная литература: возможности для студента.

Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если сообщение выдержано студентом в рамках установленного регламента, структура доклада четко выражена, грамотно оформлен раздаточный материал. Студент демонстрирует свободное владение материалом, развернуто и аргументированно отвечает на дополнительные вопросы по теме сообщения;

- оценка «хорошо» - сообщение выдержано студентом в рамках установленного регламента, структура доклада четко выражена, грамотно оформлен раздаточный материал. Студент демонстрирует свободное владение материалом, развернуто отвечает на дополнительные вопросы по теме сообщения, но не всегда точно и аргументированно;

- оценка «удовлетворительно» - сообщение выдержано студентом в рамках установленного регламента, структура доклада выражена нечетко, недостаточно наглядно оформлен раздаточный материал. Студент недостаточно свободно владеет материалом, на дополнительные вопросы по

теме сообщения отвечает не достаточно полно, демонстрируя фрагментарные, поверхностные знания содержания рассматриваемой темы;

- оценка «неудовлетворительно» - сообщение не выдержано студентом в рамках установленного регламента, структура доклада выражена нечетко, отсутствует раздаточный материал. Студент недостаточно свободно владеет материалом. При ответе на дополнительные вопросы по теме сообщения демонстрирует незнание, либо отрывочное представление о данных вопросах материала; неумение использовать понятийный аппарат; отсутствие логической связи в ответе.

Перечень дискуссионных вопросов для семинара

Тема: ОБЛАСТИ И СТРАТЕГИИ ПРИМЕНЕНИЯ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГА

1. Способы повышения знаний о товаре, услуге или компании.
2. Бюджетное продвижение продукта.
3. Формирование лояльности и предпочтений целевой аудитории.
4. Выбор целевой аудитории и каналов продвижения
5. Формулирование целей цифрового маркетинга для компаний.

Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если ответ показывает глубокое и системное знание материала. Студент демонстрирует отчетливое и свободное владение научным языком и терминологией. Логически корректное и убедительное изложение ответа.

- оценка «хорошо» - знание узловых проблем и основного содержания лекционного курса; умение пользоваться концептуально-понятийным аппаратом в процессе анализа основных проблем в рамках данной темы. В целом логически корректное, но не всегда точное и аргументированное изложение ответа.

- оценка «удовлетворительно» - фрагментарные, поверхностные знания содержания лекционного курса; затруднения с использованием научно-понятийного аппарата и терминологии; частичные затруднения с выполнением заданий;

- оценка «неудовлетворительно» - незнание, либо отрывочное представление о данных вопросах материала; неумение использовать понятийный аппарат; отсутствие логической связи в ответе.

Вопросы к экзамену
по дисциплине Введение в специальность
(наименование дисциплины)

1. Перечень общих по своему содержанию этапов разработки интернет-ресурсов.
2. Концептуальное проектирование сайта, каков основной результат его практической реализации.
3. Примерное содержание основных разделов технического задания на разработку интернет-проекта.
4. Важнейшие фазы реализации принято выделять на этапе разработки интернет-ресурса.
5. Суть и назначение дизайн-концепции сайта, этап ее разработки и согласования.
6. Основной результат работы на этапе разработки дизайна и архитектуры проекта в глобальной сети.
7. Тестирование интернет-ресурса.
8. Отличительная особенность Usability-тестирования, какова основная цель его реализации.
9. Запуск или размещение сайта в сети.
10. Каковы основные рекомендации по выбору домена при размещении сайта в глобальной сети.
11. Продвижение ресурса в сети Интернет.
12. Предназначение контентной поддержки интернет-ресурса.
13. Основные виды наиболее распространенных в настоящее время и часто практикуемых моделей монетизации интернет-проектов.
14. Продажа авторских прав на интернет-проект, каковы основные достоинства и недостатки данного способа коммерциализации сайтов.
15. Модель микротранзакций, каковы ее основные преимущества и недостатки в использовании на практике.
16. Основная проблема практической реализации метода продаж дополнительного контента наиболее часто встречаются.
17. Рекламная модель коммерциализации интернет-проекта, каковы ее основные особенности.
18. Агрегаторы партнерских программ и их роль во взаимодействии между заказчиками и исполнителями партнерских соглашений.
19. Основные особенности данного способа формирования бизнес-ресурса в глобальной сети.

20. Система Steam Greenlight и возможные преимущества ее использования при решении вопросов достижения коммерческой эффективности некоторых категорий интернет-проектов.
21. Основные цели организации в рамках разрабатываемого интернет-ресурса партнерской программы либо наращивание собственной партнерской сети.
22. Партнерские CPA-сети.
23. Характеристика CPA-сетям, которые являются лидерами в указанной отрасли на текущий момент.
24. Посадочная страница и с какой целью она создается.
25. Роль лендинга при реализации таких способов продвижения интернет-ресурса как: контекстная реклама, поисковое продвижение, email-рассылка, банерная реклама и пр.
26. Основные выделяемые на практике виды целевых страниц и примеры их реализации.
27. Перечень основных конверсионных элементов посадочной страницы веб-ресурса.
28. Уникальное торговое предложение (УТП) как обязательный элемент посадочной страницы.
29. Основные элементы в УТП, способствующие достижению основных целей его размещения на целевой странице.
30. Роль каждого из основных элементов посадочной страницы в достижении основной цели ее создания.
31. Популярные современные способы и инструменты создания лендингов, в чем заключаются основные преимущества и недостатки их использования на практике.
32. Комплексное продвижение коммерческого сайта в сети Интернет.
33. Основные этапы и мероприятия по интернет-продвижению бизнес-проекта.
34. Основные этапы разработки стратегии продвижения интернет-ресурса в сети.
35. Виды мероприятий и виды по привлечению целевой аудитории.
36. Основные мероприятия по повышению лояльности.
37. Способы удержания и вовлечения посетителей.
38. Основные виды интернет-рекламы существуют.
39. Понятие оверлей в сегменте видеорекламы.
40. Виды баннеров вам известны.
41. Основные минимальные требования к созданию баннера
42. Содержание пяти основных свойств качественного баннера.

43. Принципы оплаты рекламы в Интернет.
44. Принцип ценообразования в баннерной рекламе Cost Per Click (CPC) и Pay Per Click (PPC).
45. Содержание основных показателей, используемых для оценки эффективности баннерной рекламы.
46. RTB-технология интернет-рекламы, механизм ее функционирования.
47. Основные принципы использования RTB?
48. Понятие и сущность DSP и SSP.
49. Особенность размещения контекстной рекламы в интернете.
50. Цель проведения аудита контекстной рекламы.
51. Основные направления проведения анализа контекстной ре-
- 52.19 Что представляет собой таргетинг и какая основная цель его использования?
53. Часто используемые на практике виды таргетинга.
54. Общее и различия между таргетингом и ретаргетингом.

Критерии оценки:

– отметка **«отлично»** выставляется студенту, если он 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 монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.

– отметка **«хорошо»** выставляется студенту, если он 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.

– отметка **«удовлетворительно»** выставляется обучающемуся, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, демонстрирует недостаточно систематизированные теоретические знания программного материала, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ.

– отметка **«неудовлетворительно»** выставляется обучающемуся, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки при его изложении, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы.

ЗАДАНИЯ ДЛЯ ОЦЕНКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ

Задания для оценки сформированности компетенции УК-6:

1. Распределение рабочего времени на время, отработанное и потерянное по различным причинам – это ...

- а) гигиена умственного труда;
- б) бюджет рабочего времени;
- в) «поглотители времени».

Ответ: б

2. Все те дела, которые занимают достаточно большое количество времени, но на самом деле не имеют практической ценности на пути достижения наших стремлений к саморазвитию, самоусовершенствованию, гармонизации отношений с окружающим и внутренним мирами – это ...

- а) «поглотители времени»;
- б) биоритм;
- в) оптимальный темп.

Ответ: а

3. Управление базовыми ресурсами личности, такими как время, активность, платежеспособность, образованность – это ...

- а) самоменеджмент;
- б) самоконтроль;
- в) дисциплина.

Ответ: а

4. Система мер, направленных на длительное сохранение высокой умственной работоспособности – это ...

- а) гигиена умственного труда;
- б) гигиена физического труда;
- в) режим питания.

Ответ: а

5. Сопоставьте некоторые виды технические средства обучения по функциональному назначению с их описанием.

- | | |
|---|--|
| 1. Технические средства передачи информации | а) обеспечивают предъявление учебной информации обучаемым по определенным программам, заложенным в технические устройства, и самоконтроль усвоения знаний |
| 2. Технические средства контроля | б) объединяют средства малой автоматизации (механизации) и аппараты, используемые для вспомогательных целей: движущиеся ленточные классные доски, устройства для перемещения карт, плакатов; |

устройства дистанционного управления комплексами компьютерной техники и затемнением предметных кабинетов; радиомикрофоны, микрофонную проводную технику, усилители, полиэкраны, электронные доски и т.п.

3. Технические средства обучения и самообучения в) объединяют всевозможные технические устройства и комплексы, позволяющие по определенной программе и заданным критериям с той или иной степенью достоверности оценивать степень усвоения учебного материала
4. Вспомогательные технические средства г) отличительной особенностью всех этих технических устройств является преобразование информации, записанной на том или ином носителе, в удобную для восприятия форму

Ответ: 1 – г, 2 – в, 3 – а, 4 – б

6. Концепция, в рамках которой после окончания учебного заведения продолжить развиваться – и профессионально, и личностно, – так как полученные знания быстро устаревают.

- а) концепция управления персоналом;
- б) концепция непрерывного обучения;
- в) концепция карьерной зрелости.

Ответ: б

7. Что из нижеперечисленного относится к законам непрерывного образования?

- а) знания порождают знания;
- б) знания порождают сомнения;
- б) регулярная практика сокращает время выполнения задачи;
- в) количество переходит в качество.

Ответ: а, б, в

8. Установите соответствие методов процесса обучения с их описанием:

1. Объяснительно-иллюстративный метод а) представляет собой воспроизведение (извлечение из памяти) усвоенных знаний студентами и не ставит задачу, чтобы обучаемые делали собственное умозаключение
2. Метод проблемного изложения б) реализуется самостоятельный поиск по разрешению учебной проблемы самими студентами без помощи преподавателя, или при минимальной помощи в виде подсказки
3. Метод исследовательской деятельности в) метод процесса обучения предназначен для формирования у слушателей различных

видов знаний. Характеризуется монологической активной деятельностью преподавателя (другого ведущего субъекта учебного процесса) и невысокой учебной активностью обучаемых. Доминирует в таких организационных формах обучения как лекция.

4. Метод репродуктивной деятельности

г) путем постановки проблемы, у обучаемых побуждается познавательный интерес и активизируется восприятие учебного материала

Ответ: 1 – в, 2 – г, 3 – б, 4 – а

9. Данная практика проводится для выполнения выпускной квалификационной работы и является обязательной.

- а) учебная практика;
- б) производственная практика;
- в) преддипломная практика.

Ответ: б

10. Форма учебного занятия, в процессе которого студент получает ответы от преподавателя на конкретные вопросы или пояснения по соответствующим теоретическим положениям или аспектам их практического применения.

- а) консультация;
- б) деловая игра;
- в) экзамен.

Ответ: а

11. Какой главный смысл семинарского занятия?

Ответ:.....

12. Роль домашних заданий в учебном процессе?

Ответ:.....

13. В чем заключается цель выполнения курсовой работы?

Ответ:.....

14. Что представляет собой деловая игра?

Ответ:.....

15. Что относится к сложностям непрерывного образования?

Ответ:.....

16. Как необходимо работать с источниками информации?

Ответ:.....

17. Что относится к поглотителям времени, на которые можно влиять?

Ответ:.....

18. В чем заключается Принцип Парето? (60% - 20% - 20%)

Ответ:.....

19. Какие правила необходимо соблюдать для того чтобы правильно спланировать бюджет времени?

Ответ:.....

20. Что представляет собой выпускная квалификационная работа бакалавра?

Ответ:.....

Задания для оценки сформированности компетенции УК-9:

1. Какой вид профессиональной компетентности характеризуется владением совместной (групповой, кооперативной) профессиональной деятельностью, принятыми в данной профессии приемами профессионального общения; социальной ответственностью за результаты своего профессионального труда?

- а) социальная;
- б) личностная;
- в) экстремальная;
- г) другое _____

Ответ: а

2. Что относится к основным направлениям гуманизации труда?

- а) признание приоритетной роли человека как главного компонента любой социальной системы, включая и отдельную организацию;
- б) совершенствование организационно-технического и социально-экономического содержания трудового процесса;
- в) улучшение условий, охраны и безопасности труда с учетом приоритетной роли человека в материальном и духовном производстве.
- г) все ответы верны

Ответ: г

3. Высокий уровень совершенства профессиональной деятельности – это...

- а) квалификация;
- б) профессионализм;
- в) мастерство;
- г) другое _____

Ответ: в

4. Постоянная приверженность организации вести дела на основах этики и вносить свой вклад в экономическое развитие, в то же время, улучшая качество жизни своих работников и их семей, как и общества в целом – это...

- а) этические принципы;
- б) социальные нормы;
- в) корпоративная социальная ответственность.

Ответ: в

5. Факторы, влияющие на физические возможности работников организации (факторы трудоспособности):

- а) наличие санитарно-бытовых помещений и уровень их оснащенности;
- б) санитарно-гигиенические и психофизиологические условия труда;
- в) эстетическое оформление рабочих мест и производственных помещений;

г) использование вспомогательных средств, способствующих поддержанию работоспособности в течение рабочего дня (кабинеты психологической разгрузки, музыка, производственная гимнастика);

д) наличие, объем и уровень медицинского обслуживания;

е) все варианты верны.

Ответ: е

6. Для такого собеседника непрост переход от внутреннего диалога к реальному, к внешней коммуникации. Ведущая его особенность – несклонность к внешней коммуникации, непрочность внешнекоммуникативной установки. Это связано подчас с конституциональной (врожденной) спецификой его характера, но подкреплено также и опытом жизни.

а) экстравертный;

б) интравертный;

в) умеренный.

Ответ: б

7. Субъективными психологическими показателями, характеризующими социально-психологический климат в коллективе, являются:

а) качественный состав сотрудников;

б) эмоциональное состояние, выражающееся в удовлетворенности или неудовлетворенности условиями работы, решением социально-бытовых вопросов;

в) особенности восприятия ими взаимных оценок.

Ответ: а, б, в

8. Определяет состав и распределение творческих, коммуникативных и поведенческих ролей между отдельными работниками и является важным инструментом в системе работы с персоналом.

а) качественная структура;

б) творческая структура;

в) ролевая структура.

Ответ: в

9. Терпимость, снисходительность к кому- или чему-либо. Это установка на либеральное, уважительное отношение и принятие (понимание) поведения, убеждений, национальных и иных традиций и ценностей других людей, отличающихся от собственных.

а) нейтральность;

б) толерантность;

в) обходительность.

Ответ: б

10. Периодически повторяющиеся изменения характера и интенсивности биологических процессов и явлений – это ...

а) этап;

б) биоритм;

в) динамика.

Ответ: б

11. Склонность к агрессивному реагированию при возникновении конфликтной ситуации или ситуации, реальной или предполагаемой невозможности удовлетворения тех или иных потребностей.

- а) агрессивность;
- б) конфликтность;
- в) неадекватность.

Ответ: а

12. Духовное единение личностей, когда один человек настолько проникается переживаниями другого, что временно отождествляется с ним, как бы растворяется в нем.

- а) эмоциональность;
- б) солидарность;
- в) эмпатия.

Ответ: в

13. К факторам, оказывающим влияние на эффективность умственного труда относят:

- а) влияние шума и музыки;
- б) влияние позы, гигиена положения тела;
- в) влияние метеотропных факторов;
- г) влияние температуры окружающей среды;
- д) все варианты верны.

Ответ: д

14. Сопоставьте виды взаимоотношений в группе с их описанием.

- | | |
|-----------------------------|--|
| 1. Общественно-политические | а) формируются между членами малой группы вне их служебной (профессиональной) деятельности: в часы досуга, в процессе совместного отдыха и т.д. |
| 2. Служебные | б) возникают и функционируют в процессе подготовки и проведения общественных и других мероприятий в группе |
| 3. Внеслужебные | в) складываются в процессе совместной профессиональной деятельности членов малой группы при решении различного рода задач, достижения важных для ее членов целей |

Ответ: 1 – б, 2 – в, 3 – а

15. Сопоставьте закономерности межличностных отношений с их описанием.

- | | |
|---|---|
| 1. Закономерность неопределенности отклика | а) зависимость восприятия людьми внешних воздействий от различий в их личностных особенностях, конкретной ситуации, в которой происходит воздействие, особенностях передачи воздействия |
| 2. Закономерность неадекватности отображения человека человеком и неадекватности самооценки | б) действует объективно и тем сильнее, чем большее число людей использует какой-либо массив информации на входе и на выходе любого процесса |

3. Закономерность искажения смысла информации *в) ведущим мотивом социального поведения является сохранение личного статуса, собственного достоинства человека*

4. Закономерность психологической самозащиты *г) ни один человек не может постичь другого человека, а также самого себя с такой степенью достоверности, которая была бы достаточной для принятия серьезных решений относительно этого человека и относительно самого себя*

Ответ: 1 – а, 2 – г, 3 – б, 4 – в

16. Что подразумевает под собой конфликтность?

Ответ:.....

17. Чем характеризуются внеслужебные взаимоотношения?

Ответ:.....

18. Что означает внешнее вознаграждение?

Ответ:.....

19. Как выбрать наставника на период адаптации для новичка с ограниченными возможностями?

Ответ:.....

20. Что представляет собой социально-психологический климат?

Ответ:.....

21. Что подразумевает понятие «утомление»?

Ответ:.....

22. Что относится к техническим средствам передачи информации?

Ответ:.....

23. Как влияет личность и поведение руководителя на формирование социально-психологического климата в коллективе?

Ответ:.....

24. В чем заключается правильное отношение к неудачам и ошибкам?

Ответ:.....

25. Каковы нравственные основы государственной и муниципальной службы?

Ответ:.....

26. Что включает кодекс этики государственного и муниципального служащего?

Ответ:.....

27. Что означает внутреннее вознаграждение?

Ответ:.....

28. Какими характеристиками обладает экстраверт?

Ответ:.....

29. Эти средства общения нужны, в частности, для того, чтобы регулировать течение процесса общения, создавать психологический контакт между партнерами; выражать эмоции, отражать истолкование ситуации. К ним относятся направление взгляда и визуальный контакт; выражение глаз; поза и др. О чем идет речь?

Ответ:.....

30. В чем выражается синдром эмоционального выгорания?

Ответ:.....

Задания для оценки сформированности компетенции ПК-3:

1. Отношение количества приведенных в тексте ключевых слов к общему количеству слов в данном тексте называется...

- а) плотностью;
- б) семантическим ядром;
- в) коэффициентом наполненности;
- г) нет верного ответа.

Ответ: а

2. Сайт, представляющий собой интернет-дневник, или журнал, который ведется наподобие новостной ленты называется...

- а) порталом;
- б) блогом;
- в) сайтом-визиткой;
- г) чатом.

Ответ: б.

3. Подробный документ, регламентирующий сроки проведения рекламной кампании, используемые каналы, основные настройки (таргетинги) и рекомендуемые форматы размещения рекламы – это...

- а) медиаплан;
- б) семантическое ядро;
- в) маркетинговый план;
- г) все перечисленное верно.

Ответ: а

4. Количество представителей целевой аудитории, в рамках кампании имевших контакт с рекламой заданное число раз – это

- а) охват;
- б) ядро;
- в) целевая аудитория;
- г) нет верного ответа.

Ответ: а

5. Комплекс мероприятий, направленных на защиту информации:

- а) угроза;
- б) правовая защита;
- в) защита информации;
- г) спам.

Ответ: в.

6. Семантическое ядро - это

Ответ:

7. Цифровой-маркетинг подразумевает:

Ответ:

8. Целевая аудитория сайта - это

Ответ:

9. Медиаплан - это

Ответ:.....

10. Антивирусными программами являются:

Ответ:.....

Критерии оценки результатов:

– оценка «отлично» выставляется студенту, если он отвечает верно на 80-100% вопросов.

– оценка «хорошо» выставляется студенту, если он отвечает верно на 70-79% вопросов.

– оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он отвечает верно на 60-69% вопросов.

– оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он не освоил материал темы, дает менее 60% правильных ответов.