**КОНТРОЛЬНІ ЗАХОДИ**

***Поточні контрольні заходи (max 60 балів):***

Поточний контроль передбачає такі ***теоретичні*** завдання:

* Короткі тести/завдання за пройденим матеріалом.

***Підсумкові контрольні заходи:***

***Усна відповідь на заліку*** *(max 20 балів) передбачає розгорнуте висвітлення двох питань: теоретичного (max 10 балів) й практичного (max 10 балів). Перелік питань див. на сторінці курсу у Moodle:* <https://moodle.znu.edu.ua/course/view.php?id=10104>

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Контрольний захід** | **Термін виконання** | **% від загальної оцінки** |
| **Поточний контроль (max 60%)** |  |  |
| *Змістовий модуль 1 (розділ 1)* | *Тестування , кейс* | Тиждень 4 | 10 |
| *Змістовий модуль 2 (розділ 2)* | *Тестування , кейс* | Тиждень 7 | 15 |
| *Змістовий модуль 3 (розділ 3)* | *Тестування , групова робота* | Тиждень 10 | 25 |
| *Змістовий модуль 4 (розділ 4)* | *Тестування*  | Тиждень 14 | 10 |
| *Кейс* |
| **Підсумковий контроль (max 40%)** |  |  |
| *Підсумкове завдання (тест)* |  | 40 |
| **Разом**  |  | **100%** |

**Шкала оцінювання: національна та ECTS**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| За шкалоюECTS | За шкалою університету | За національною шкалою |
| Екзамен | Залік |
| A | 90 – 100 (відмінно) | 5 (відмінно) | Зараховано |
| B | 85 – 89 (дуже добре) | 4 (добре) |
| C | 75 – 84 (добре) |
| D | 70 – 74 (задовільно)  | 3 (задовільно) |
| E | 60 – 69 (достатньо) |
| FX | 35 – 59 (незадовільно – з можливістю повторного складання) | 2 (незадовільно) | Не зараховано |
| F | 1 – 34 (незадовільно – з обов’язковим повторним курсом) |

**РОЗКЛАД КУРСУ ЗА ТЕМАМИ І КОНТРОЛЬНІ ЗАВДАННЯ**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Тиждень** **і вид заняття** | **Тема заняття** | **Контрольне завдання** | **Кількість балів** |
| Змістовий модуль 1.  |
| Тиждень 1Лекція 1 | Основи сучасного маркетингу. |  |  |
| Тиждень 2 Лекція 2 | Комунікаційна політика |  |  |
| Тиждень 3 Лекція 3  | Реклама як елемент маркетингових комунікацій | *Групова робота* | 5 |
| Тиждень 4Лекція 4 | Особливості реклами у соціальних мережах | *Тестування, кейс* | 5 |
| Змістовий модуль 2. |
| Тиждень 5Лекція 5 | Формування цільової аудиторії. Воронка продажів |  |  |
| Тиждень 6Лекція 6 | Створення комерційно сторінки у соціальних мережах та її дизайн | *Тестування* | 10 |
| Тиждень 7Лекція 7 | Формування контенту для підвищення продажів | *Кейс* | 5 |
| Змістовий модуль 3. |
| Тиждень 8Лекція 8 | Безкоштовні методи SMM маркетингу (хештеги, нетворкінг, коментинг) | *Тестування* | 10 |
| Тиждень 9Лекція 9 | Платні методи просування SMM маркетингу  | *Тестування* | 10 |
| Тиждень 10Лекція 10 | Оптимізація пошуку SEO.SMO | *Кейс* | 5 |
| Змістовий модуль 4. |
| Тиждень 11Лекція 11 | Таргетинг. Таргетова реклама |  |  |
| Тиждень 12Лекція 12 | Таргетинг. Таргетова реклама |  |  |
| Тиждень 13Лекція 13 | Просування через Ютуб, сайт та інші комунікаціїї мережі інтернет | *Групове завдання* | 5 |
| Тиждень 14Лекція 14 | Чат-боти, тіньовий бан, програми та сервіси для просування, через інтернет | *Тестування* | 5 |