



Контроль знань  
та схема  
нарахування балів



Реклама і PR  
в цифровому просторі

K a r a z i n M e d i a T o p o s G r o u p 2 0 1 9

## КОНТРОЛЬ ЗНАНЬ ТА СХЕМА НАРАХУВАННЯ БАЛІВ З НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «РЕКЛАМА І PR В ЦИФРОВОМУ ПРОСТОРІ»

Контроль знань студентів з комплексної навчальної дисципліни «Реклама і PR в цифровому просторі» має на меті перевірити, наскільки якісно студенти засвоїли технології реклами та PR, в якій мірі сформувавши уявлення та базові практичні вміння щодо здійснення рекламної та PR-діяльності в цифровому просторі.

### Методи контролю знань

*Поточний контроль:* усні опитування на заняттях за контрольними програмними питаннями поточної та попередніх тем; мікроконтрольні роботи, які проводяться на початку заняття; оцінювання ступеню активності студентів та якості їх відповідей на заняттях; тестові завдання.

*Контроль виконання самостійних робіт:* перевірка виконання творчих завдань (усна доповідь, есе, індивідуальні та колективні проекти, мультимедійні презентації).

*Підсумковий контроль (екзамен):* перевірка рівня засвоєння студентами теоретичного та практичного навчального матеріалу в цілому; вміння студента використовувати теоретичні знання при виконанні практичних завдань.

### Розподіл балів

Комплексна навчальна дисципліна «Реклама і PR в цифровому просторі» містить два взаємопов'язаних індивідуальних авторських курси:

- Екскурс до професії рекламіста (Розділ 1, керівник курсу М. Йол).
- PR у цифровому просторі (Розділ 2, керівник курсу О. Д. Зіненко).

За виконання завдань кожного з розділів комплексної навчальної дисципліни «Реклама і PR в цифровому просторі» студент може отримати максимум **50 балів** (30 балів – протягом семестру, 20 балів – під час екзаменаційного підсумкового контролю).

### Схема нарахування балів

Поточний контроль, самостійна робота, індивідуальні завдання			Екзамен	Сума
Розділ 1	Розділ 2	Разом		
Теми 1–5	Теми 1–4	60	40	100
30	30			

## Пояснення до схеми нарахування балів

*Максимальна кількість балів,  
яку може отримати студент протягом семестру*

**30 балів** – максимальна кількість балів за виконання завдань поточного контролю за темами 1–5 розділу 1 «Екскурс до професії рекламіста» з урахуванням результатів відкритого показу творчих робіт (керівник курсу М. Йол).

**30 балів** – максимальна кількість балів за виконання завдань поточного контролю за темами 1–4 розділу 2 «PR у цифровому просторі» з урахуванням результатів відкритого показу творчих робіт (керівник курсу О. Д. Зіненко).

*Максимальна кількість балів,  
яку може отримати студент під час екзамену*

**20 балів** – максимальна кількість балів за виконання завдань підсумкового семестрового контролю (екзаменаційної роботи) за розділом 1 «Екскурс до професії рекламіста» (керівник курсу М. Йол).

**20 балів** – максимальна кількість балів за виконання завдань підсумкового семестрового контролю (екзаменаційної роботи) за розділом 2 «PR у цифровому просторі» (керівник курсу О. Д. Зіненко).

\* \* \*

**60 балів** – максимальна кількість балів за виконання усіх видів робіт з навчальної дисципліни протягом семестру.

**40 балів** – максимальна кількість балів за виконання завдань підсумкового семестрового контролю (екзаменаційної роботи).

**100 балів** – максимальна підсумкова кількість балів за виконання усіх видів робіт з навчальної дисципліни «Реклама і PR в цифровому просторі».