**03. Критерії оцінювання практичних, семінарських, контрольних робіт**

**ЗВД 1. Аналіз цільової аудиторії та ніши в Інтернеті**

8 балів

Критерії оцінки:

Відповідь на питання: Чи є проблема, яку ви хочете вирішити? (2 бали)

Відповідь на питання: Сезонність і тренд розвитку ринку? (2 бали)

Відповідь на питання: Хто ваш клієнт або хто шукає вирішення цієї проблеми? (2 бали)

Опишіть 2-3 клієнтських портрета (обґрунтуйте) (2 бали)

**ЗВД 2. Конкурентний аналіз 3 компаній з одного ринку**

6 балів

Аналіз за кожним критерієм – 1 бал.

1. Продукт

2. ЦА

3. Технологія

4. УТП

5. Філософія

6. Назва

**ЗВД 3. Брошуру**

7 балів

Критерії оцінки:

відповідь на запитання

1-2 бали - хто ?, що ?, де? коли ?, чому?

1-2 бали - відповідність золотому колі довіри Саймона Сінеко https://www.ted.com/talks/simon\_sinek\_how\_great\_leaders\_inspire\_action?language=uk

1-2 бали - відповідність оформлення змісту.

1 бал - креативність (подобається / не подобається)

**ЗВД 4. Сторітелінг**

6 балів

Критерії оцінки: наявність кожного компоненту – 1 бал.

\* Мета

\* Проблема\слабкість

\* Злодій

\* Рішення

\* Ціна

\* Мораль

**ЗВД 5. Прес-реліз**

6 балів

Критерії оцінки: наявність кожного компоненту – 1 бал.

1. Реквізити (акредитація, контакти, назва, дата, лінки, лід тощо) - формула Флеша

2. Соціальна актуальність акції

3. Переваги для ЦА

4. Локалізація (актуальність для місцевих спільнот)

5. Причини вірити (відповідь на запитання "чому?")

6. Цільова дія

**ЗВД 6. Публічний виступ**

6 балів

1-3 уроки – 2 бали

4-6 уроки – 2 бали

7-10 уроки – 2 бали

**ЗВД 7. Фондрайзингова пропозиція**

6 балів

Критерії оцінки:

1. Реквізити 1 бал

2. Мотивація 2 бали

3. Пропозиція 1 бал

4. Аргументи та переваги для донора 2 бали

**Критерії оцінки** **контрольної роботи:**

У кожному питанні є лише одна правильна відповідь (0.75 бал). Разом 15 балів.

1-5 балів – задовільно

6-10 балів – добре

11-15 балів - відмінно