

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**
Интернет маркетинг

Код модуля
1163797(1)

Модуль
Инновационные технологии в сервисной
деятельности

Екатеринбург

Оценочные материалы составлены автором(ами):

№ п/п	Фамилия, имя, отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Булатова Анастасия Васильевна	кандидат философских наук, без ученого звания	Доцент	культурологии и дизайна
2	Резник Ирина Борисовна	кандидат искусствоведения, без ученого звания	Доцент	культурологии и дизайна

Согласовано:

Управление образовательных программ

Е.С. Комарова

Авторы:

- Булатова Анастасия Васильевна, Доцент, культурологии и дизайна
- Резник Ирина Борисовна, Доцент, культурологии и дизайна

1. СТРУКТУРА И ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ Интернет маркетинг

1.	Объем дисциплины в зачетных единицах	3	
2.	Виды аудиторных занятий	Лекции Лабораторные занятия	
3.	Промежуточная аттестация	Зачет	
4.	Текущая аттестация	Контрольная работа	2
		Домашняя работа	2

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ (ИНДИКАТОРЫ) ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ Интернет маркетинг

Индикатор – это признак / сигнал/ маркер, который показывает, на каком уровне обучающийся должен освоить результаты обучения и их предьявление должно подтвердить факт освоения предметного содержания данной дисциплины, указанного в табл. 1.3 РПМ-РПД.

Таблица 1

Код и наименование компетенции	Планируемые результаты обучения (индикаторы)	Контрольно-оценочные средства для оценивания достижения результата обучения по дисциплине
1	2	3
ПК-1 -Способен применять технологические новации и современное программное обеспечение в сфере сервиса	Д-2 - Демонстрировать желание и способность к поиску новых знаний и обучению З-3 - Основные технические новации и необходимое программное обеспечение для осуществления профессиональной деятельности по продвижению в сети Internet П-5 - Владеть опытом продвижения в социальных сетях как части маркетинговой стратегии компании, проекта сервисной деятельности владеть методиками позволяющими разрабатывать и размещать эффективный контент	Домашняя работа № 1 Домашняя работа № 2 Зачет Контрольная работа № 1 Контрольная работа № 2 Лабораторные занятия Лекции

	<p>У-3 - Выбирать и применять различные технологии интернет маркетинга для продвижения предприятия, проекта в сервисной деятельности</p> <p>У-4 - Использовать новейшие методы и средства получения, хранения и обработки информации для решения проблем сервисной деятельности</p>	
<p>ПК-4 -Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение сервисных продуктов</p>	<p>Д-1 - Готовность к порождению принципиально новых необычных идей, решений, отклоняющихся от традиционных или принятых схем</p> <p>З-1 - Методы маркетинговых исследований используемых в сервисной деятельности</p> <p>З-4 - Понятие комплекса маркетинговых коммуникаций и отдельных его составляющих</p> <p>П-1 - Разрабатывать стратегии продажи и продвижения сервисных продуктов</p> <p>П-2 - Предлагать концепции и готовые решения планируемых продуктов маркетинга для предприятий сервиса</p> <p>У-2 - Выбирать методы маркетинговых исследований для решения проблем предприятия сервиса</p> <p>У-3 - Анализировать информацию, полученную в ходе маркетинговых исследований и предлагать стратегии маркетинговой деятельности предприятия сервиса</p> <p>У-4 - Предлагать варианты решений, в том числе и креативных для маркетинговой деятельности предприятия сервиса</p> <p>У-5 - Оценивать маркетинговую политику предприятия сервиса</p>	<p>Домашняя работа № 1</p> <p>Домашняя работа № 2</p> <p>Зачет</p> <p>Лабораторные занятия</p> <p>Лекции</p>
<p>ПК-10 -Способен к планированию и</p>	<p>З-1 - Особенности и основные принципы функционирования</p>	<p>Домашняя работа № 1</p> <p>Домашняя работа № 2</p>

<p>реализации коммуникационной деятельности предприятия сервиса</p>	<p>интегрированных маркетинговых коммуникаций в сфере сервиса З-2 - Виды коммуникативных продуктов, требования к их формированию и оценке эффективности П-1 - Осуществлять планирование коммуникационной деятельностью предприятия в сфере сервиса П-2 - Разрабатывать коммуникативные продукты, используя современные технологии и методики П-3 - Анализировать коммуникативную деятельность предприятия сервиса, используя соответствующие проблеме методики У-2 - Выбирать методы, методики оценки коммуникативной деятельности предприятия У-3 - Выбирать средства, методы и методики для решения проблем в сфере коммуникативной деятельности предприятия сервиса У-4 - Предлагать способы решения в том числе и нестандартные для решения проблем в коммуникативной деятельности предприятия сервиса</p>	<p>Зачет Лабораторные занятия Лекции</p>
<p>ПК-13 -Способен проектировать, создавать и /или продвигать эффективный рекламный, художественный продукт, основанный на применении инновационных технологий</p>	<p>Д-1 - Проявлять аналитические умения, критическое и логическое мышление. Д-2 - Демонстрировать желание и способность к поиску новых знаний и обучению Д-3 - Готовность к порождению принципиально новых необычных идей, решений отклоняющихся от традиционных или принятых схем З-6 - Информационно-программное обеспечение для разработки, создания,</p>	<p>Домашняя работа № 1 Домашняя работа № 2 Зачет Контрольная работа № 2 Лабораторные занятия Лекции</p>

	<p>продвижения проектов, продуктов в сфере дизайна и рекламы</p> <p>П-4 - Использовать для разработки и создания, продвижения информационно-программное обеспечение</p> <p>У-1 - Проводить анализ эффективности рекламного, дизайнерского продукта, рекламных мероприятий и кампаний</p> <p>У-4 - Выбирать методы и способы продвижения и распространения рекламного, дизайнерского продукта</p> <p>У-6 - Выбирать и применять современное информационно-программное обеспечение для создания, разработки и продвижения проектов, продуктов в сфере дизайна и рекламы</p>	
<p>ПК-14 -Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности</p>	<p>Д-2 - Демонстрировать желание и способность к поиску новых знаний и обучению</p> <p>З-3 - Назвать программное обеспечение и сервисы для осуществления профессиональной деятельности по продвижению в сети Internet</p> <p>П-6 - Использовать аналитические данные полученные из информационных программ и сервисов в процессе решения проблем сервисной деятельности</p> <p>У-3 - Выбирать и применять различные информационные технологии и сервисы интернет маркетинга для продвижения предприятия, проекта, продукта в сервисной деятельности</p> <p>У-4 - Использовать новейшие методы и средства получения, хранения и обработки информации для решения проблем сервисной деятельности</p>	<p>Зачет</p> <p>Контрольная работа № 2</p> <p>Лабораторные занятия</p> <p>Лекции</p>

--	--	--

3. ПРОЦЕДУРЫ КОНТРОЛЯ И ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ В РАМКАХ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ В БАЛЬНО-РЕЙТИНГОВОЙ СИСТЕМЕ (ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА БРС)

3.1. Процедуры текущей и промежуточной аттестации по дисциплине

1. Лекции: коэффициент значимости совокупных результатов лекционных занятий – 0.5		
Текущая аттестация на лекциях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
<i>домашняя работа №1</i>	3,5	50
<i>контрольная работа</i>	3,8	50
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лекциям – 0.5		
Промежуточная аттестация по лекциям – зачет		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по лекциям – 0.5		
2. Практические/семинарские занятия: коэффициент значимости совокупных результатов практических/семинарских занятий – не предусмотрено		
Текущая аттестация на практических/семинарских занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по практическим/семинарским занятиям – не предусмотрено		
Промежуточная аттестация по практическим/семинарским занятиям – нет		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по практическим/семинарским занятиям – не предусмотрено		
3. Лабораторные занятия: коэффициент значимости совокупных результатов лабораторных занятий – 0.5		
Текущая аттестация на лабораторных занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
<i>домашняя работа №2</i>	3,10	35
<i>контрольная работа №2</i>	3,13	35
<i>работа на занятии</i>	3,16	30
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лабораторным занятиям -1		
Промежуточная аттестация по лабораторным занятиям – нет		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по лабораторным занятиям – не предусмотрено		
4. Онлайн-занятия: коэффициент значимости совокупных результатов онлайн-занятий – не предусмотрено		

Текущая аттестация на онлайн-занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по онлайн-занятиям -не предусмотрено		
Промежуточная аттестация по онлайн-занятиям –нет		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по онлайн-занятиям – не предусмотрено		

3.2. Процедуры текущей и промежуточной аттестации курсовой работы/проекта

Текущая аттестация выполнения курсовой работы/проекта	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
Весовой коэффициент текущей аттестации выполнения курсовой работы/проекта– не предусмотрено		
Весовой коэффициент промежуточной аттестации выполнения курсовой работы/проекта– защиты – не предусмотрено		

4. КРИТЕРИИ И УРОВНИ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ

4.1. В рамках БРС применяются утвержденные на кафедре/институте критерии (признаки) оценивания достижений студентов по дисциплине модуля (табл. 4) в рамках контрольно-оценочных мероприятий на соответствие указанным в табл.1 результатам обучения (индикаторам).

Таблица 4

Критерии оценивания учебных достижений обучающихся

Результаты обучения	Критерии оценивания учебных достижений, обучающихся на соответствие результатам обучения/индикаторам
Знания	Студент демонстрирует знания и понимание в области изучения на уровне указанных индикаторов и необходимые для продолжения обучения и/или выполнения трудовых функций и действий, связанных с профессиональной деятельностью.
Умения	Студент может применять свои знания и понимание в контекстах, представленных в оценочных заданиях, демонстрирует освоение умений на уровне указанных индикаторов и необходимых для продолжения обучения и/или выполнения трудовых функций и действий, связанных с профессиональной деятельностью.
Опыт /владение	Студент демонстрирует опыт в области изучения на уровне указанных индикаторов.
Другие результаты	Студент демонстрирует ответственность в освоении результатов обучения на уровне запланированных индикаторов. Студент способен выносить суждения, делать оценки и формулировать выводы в области изучения. Студент может сообщать преподавателю и коллегам своего уровня собственное понимание и умения в области изучения.

4.2 Для оценивания уровня выполнения критериев (уровня достижений обучающихся при проведении контрольно-оценочных мероприятий по дисциплине модуля) используется универсальная шкала (табл. 5).

Таблица 5

Шкала оценивания достижения результатов обучения (индикаторов) по уровням

Характеристика уровней достижения результатов обучения (индикаторов)				
№ п/п	Содержание уровня выполнения критерия оценивания результатов обучения (выполненное оценочное задание)	Шкала оценивания		
		Традиционная характеристика уровня		Качественная характеристика уровня
1.	Результаты обучения (индикаторы) достигнуты в полном объеме, замечаний нет	Отлично (80-100 баллов)	Зачтено	Высокий (В)
2.	Результаты обучения (индикаторы) в целом достигнуты, имеются замечания, которые не требуют обязательного устранения	Хорошо (60-79 баллов)		Средний (С)
3.	Результаты обучения (индикаторы) достигнуты не в полной мере, есть замечания	Удовлетворительно (40-59 баллов)		Пороговый (П)
4.	Освоение результатов обучения не соответствует индикаторам, имеются существенные ошибки и замечания, требуется доработка	Неудовлетворительно (менее 40 баллов)	Не зачтено	Недостаточный (Н)
5.	Результат обучения не достигнут, задание не выполнено	Недостаточно свидетельств для оценивания		Нет результата

5. СОДЕРЖАНИЕ КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ

5.1. Описание аудиторных контрольно-оценочных мероприятий по дисциплине модуля

5.1.1. Лекции

Самостоятельное изучение теоретического материала по темам/разделам лекций в соответствии с содержанием дисциплины (п. 1.2. РПД)

5.1.2. Лабораторные занятия

Примерный перечень тем

1. Сайты и посадочные станции - работа в конструкторах
2. SEO - изучение программ
3. Таргетированная реклама
4. Аналитика в сети - app metrica и google analytics

LMS-платформа – не предусмотрена

5.2. Описание внеаудиторных контрольно-оценочных мероприятий и средств текущего контроля по дисциплине модуля

Разноуровневое (дифференцированное) обучение.

Базовый

5.2.1. Контрольная работа № 1

Примерный перечень тем

1. Контрольная работа по теории интернет-маркетинга

Примерные задания

Дать определения ряду понятий и терминов интернет маркетинга.

Привести примеры.

Назвать программное обеспечение, связанное с ними.

Например: контекстная реклама, SEO, SMM, веб-аналитика и др.

Основная ссылка:

<https://onlinetestpad.com/6mdj2rbozgw7s>

LMS-платформа – не предусмотрена

5.2.2. Контрольная работа № 2

Примерный перечень тем

1. Аналитические программы и их возможности в интернет-маркетинге

Примерные задания

Выполнение контрольных мероприятий в Яндекс метрике и Гугл аналитике

Задание по Гугл Аналитике.

Главная страница: раздел рекламные кампании Гугл, по всем видам устройств на 5-9 октября , показатель 2позиции ютуб, цена за клик

Аудитория обзор с 5 по 9 октября :количество новых пользователей и показатели отказов

Процент пользователей браузера фаяерфокс

Аудитория: количество пользователей по каналу органической выдаче, каналу соц.сети

Когортный анализ : длительность сеанса в точке 4 дня за 7 и за 14 дней.

Раздел аудитории: процент пользователей возраст 35-44 на даты с 5 по 9 октября., процент посетителей женского пола и средняя длительность сеанса на тот же возраст.

Возраст Banking & Finance/Avid Investorst: указать из сводки процент пользователей женщин в возрасте 35-44.

Из цветного графика: разделы статистика, использование сайта, пользователи: указать показатели на 7 октября возраст 35-44.

Демография, пол, указать количество пользователей мужского рода на 7 октября.

Banking & Finance/Avid Investors указать процент аудитории и ту же информацию с показателем средняя длительность сеанса.

Раздел сегменты аудитории по интересам: раздел путешествия и бизнес путешествия, количество новых пользователей (проценты и численность). Доп. Параметр – браузер, категория таже. Указать название браузера.

География, количество пользователей в Германии и показатель отказов по ней.

Поведение: количество новых посетителей/новые пользователи.

Раздел технологии. Количество новых пользователей ос Опера и хрома.

LMS-платформа – не предусмотрена

5.2.3. Домашняя работа № 1

Примерный перечень тем

1. Создание и продвижение рекламы в сети интернет

Примерные задания

Создание медийной и таргетированной рекламы.

1. с использованием Яндекс Директ

2. с использованием платформы ВК

LMS-платформа – не предусмотрена

5.2.4. Домашняя работа № 2

Примерный перечень тем

1. Продвижение товаров и услуг в сети

Примерные задания

Продвижение товаров и услуг в сети на примере крупных торговых и производственных компаний или создание собственного продукта.

План:

1. Выбор компании или товара, услуги для продвижения.

2. Определение целей и задач кампании по продвижению. Метрики.

3. Определение целевой аудитории и каналов продвижения.

4. Формулирование стратегии.

5. Разработка плана кампании.

6. Использование SEO, веб аналитики для продвижения и мониторинга.

LMS-платформа – не предусмотрена

5.3. Описание контрольно-оценочных мероприятий промежуточного контроля по дисциплине модуля

5.3.1. Зачет

Список примерных вопросов

1. Веб-ресурс, который предоставляет исчерпывающую информацию по определённой тематике, но дополнительно содержит средства взаимодействия с пользователями и позволяют пользователям общаться в рамках портала.
2. Показатель отказов
3. Любое (целевое) действие посетителя на веб-ресурсе : просмотр скроллинг, видео) это....
4. tv.yandex.ru - это домен?
5. Как можно тестировать юзабилити ресурса?
6. Вам необходимо протестировать сайт на корректное взаимодействие элементов вашего сайта. Какой вид тестирования вы должны выбрать?
7. SERM
8. Digital Signage
9. SERP это
10. Услуга по предоставлению ресурсов для размещения информации на сервере, постоянно находящемся в сети называется?
11. Классификация CRM по функциональным возможностям
12. Цифровая тень
LMS-платформа – не предусмотрена

5.4 Содержание контрольно-оценочных мероприятий по направлениям воспитательной деятельности

Направление воспитательной деятельности	Вид воспитательной деятельности	Технология воспитательной деятельности	Компетенция	Результаты обучения	Контрольно-оценочные мероприятия
Формирование информационной культуры в сети интернет	целенаправленная работа с информацией для использования в практических целях	Технология повышения коммуникативной компетентности	ПК-1	У-4	Домашняя работа № 1 Домашняя работа № 2 Контрольная работа № 2 Лабораторные занятия