

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Интернет-коммуникации в международной сфере

Код модуля
1143097(2)

Модуль
Прикладные аспекты международных
коммуникаций

Екатеринбург

Оценочные материалы составлены автором(ами):

№ п/п	Фамилия, имя, отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Кульпин Сергей Владимирович	кандидат экономических наук, доцент	Доцент	интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга

Согласовано:

Управление образовательных программ

И.Ю. Русакова

Авторы:

- **Кульпин Сергей Владимирович, Доцент, интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга**

1. СТРУКТУРА И ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ **Интернет-коммуникации в международной сфере**

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

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ (ИНДИКАТОРЫ) ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ **Интернет-коммуникации в международной сфере**

Индикатор – это признак / сигнал/ маркер, который показывает, на каком уровне обучающийся должен освоить результаты обучения и их предъявление 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
УК-5 -Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия (Международная торговля и предпринимательство; Управление международными торговыми и логистическими связями регионов)	Д-1 - Проявлять толерантность в процессе межкультурного взаимодействия Д-2 - Принимать компромиссные решения в нестандартных ситуациях межкультурного взаимодействия З-1 - Формулировать этические и правовые нормы межкультурного взаимодействия и основные принципы организации деловых контактов с учетом национальных, социокультурных особенностей З-2 - Демонстрировать понимание механизмов	Зачет Контрольная работа № 1 Контрольная работа № 2 Лекции Практические/семинарские занятия

	<p>формирования условий психологически безопасной среды в межкультурном взаимодействии с учетом разнообразия культур</p> <p>П-1 - Моделировать продуктивные формы и оптимальные условия психологически-безопасной среды межкультурного взаимодействия на основе анализа национального и социокультурного разнообразия профессиональной среды с учетом правовых и этических норм</p> <p>У-1 - Оценивать ситуацию в процессе межкультурного взаимодействия, выбирать эффективные формы межличностных взаимодействий с учетом национальных, социокультурных особенностей и этических и правовых норм</p> <p>У-2 - Оценивать условия психологически безопасной среды межкультурного взаимодействия и определять необходимость их корректировки с учетом разнообразия культур</p>	
<p>ПК-6 -Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии (PR и реклама в интернет-маркетинге; PR и реклама в интернет-маркетинге; PR и реклама в интернет-маркетинге)</p>	<p>З-1 - Знать принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"</p> <p>П-1 - Составление заданий для формирования договоров на интернет-продвижение</p> <p>П-2 - Анализ работы сотрудников по реализации стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p> <p>П-3 - Корректировка деятельности сотрудников при интернет-продвижении</p>	<p>Домашняя работа № 2</p> <p>Зачет</p> <p>Лекции</p> <p>Практические/семинарские занятия</p>

	<p>У-1 - Взаимодействовать с персоналом своей организации и организации заказчика в процессе разработки медиапродуктов</p> <p>У-2 - Планировать работы по интернет-продвижению на каждом этапе реализации маркетинговой стратегии</p> <p>У-3 - Распределять ресурсы для каждого этапа реализации стратегии интернет-продвижения</p>	
<p>ПК-11 -Способен применять в профессиональной деятельности комплекс современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций (PR и реклама в интернет-маркетинге; PR и реклама в интернет-маркетинге; PR и реклама в интернет-маркетинге)</p>	<p>З-1 - Знать функционирование поисковых машин</p> <p>З-2 - Знать систему инструментов интернет-маркетинга</p> <p>П-1 - Определение ключевых показателей эффективности продвижения</p> <p>У-1 - Разрабатывать техническую, организационно-правовую, плановую, отчетную и договорную документацию</p>	<p>Домашняя работа № 1</p> <p>Зачет</p> <p>Контрольная работа № 1</p> <p>Лекции</p> <p>Практические/семинарские занятия</p>
<p>УК-7 -Способен обрабатывать, анализировать, передавать данные и информацию с использованием цифровых средств для эффективного решения поставленных задач с учетом требований информационной безопасности (PR и реклама в интернет-маркетинге; PR и реклама в интернет-маркетинге; PR и реклама в интернет-маркетинге)</p>	<p>З-1 - Сделать обзор угроз информационной безопасности, основных принципов организации безопасной работы в информационных системах и в сети интернет</p> <p>З-2 - Описать способы и средства защиты персональных данных и данных в организации в соответствии с действующим законодательством</p> <p>З-3 - Сделать обзор современных цифровых средств и технологий, используемых для обработки, анализа и передачи данных при решении поставленных задач</p> <p>П-1 - Обосновать выбор технических и программных средств защиты персональных</p>	<p>Домашняя работа № 3</p> <p>Контрольная работа № 3</p> <p>Лекции</p> <p>Практические/семинарские занятия</p>

территории; PR и реклама в международных коммуникациях; PR и реклама в международных коммуникациях)	<p>данных и данных организации при работе с информационными системами на основе анализа потенциальных и реальных угроз безопасности информации</p> <p>П-2 - Решать поставленные задачи, используя эффективные цифровые средства и средства информационной безопасности</p> <p>У-1 - Определять основные угрозы безопасности при использовании информационных технологий и выбирать оптимальные способы и средства защиты персональных данных и данных организации от мошенников и вредоносного ПО</p> <p>У-2 - Выбирать современные цифровые средства и технологии для обработки, анализа и передачи данных с учетом поставленных задач</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 – 0.4		
Текущая аттестация на лекциях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
<i>контрольная работа 1</i>	18	30
<i>контрольная работа 2</i>	18	30
<i>контрольная работа 3</i>	18	40
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лекциям – 1		
Промежуточная аттестация по лекциям – нет		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по лекциям – не предусмотрено		
2. Практические/семинарские занятия: коэффициент значимости совокупных результатов практических/семинарских занятий – 0.6		

Текущая аттестация на практических/семинарских занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
<i>домашняя работа 1</i>	18	30
<i>домашняя работа 2</i>	18	30
<i>домашняя работа 3</i>	18	40
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по практическим/семинарским занятиям– 0.4		
Промежуточная аттестация по практическим/семинарским занятиям–зачет		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по практическим/семинарским занятиям– 0.6		
3. Лабораторные занятия: коэффициент значимости совокупных результатов лабораторных занятий –не предусмотрено		
Текущая аттестация на лабораторных занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лабораторным занятиям -не предусмотрено		
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. Практические/семинарские занятия

Примерный перечень тем

1. Изучение развития сети интернет, как рекламно-го канала в выбранной стране
 2. Сравнительный анализ систем управления контентом для определенного типа интернет ресурса
 3. Подбор доменных имен с использованием различных методов генерации
 4. Определение целевых действий и ключевых страниц для выбранного интернет ресурса
 5. Настройка отчетов интернет ресурса с применением сервиса Яндекс. Метрика
 6. Настройка отчетов интернет ресурса с применением сервиса Google Analytics
- Примерные задания

Секция 1 Подготовка презентации и выступления на тему “Разработка стратегии онлайн-продвижения международной компании”. Презентация должна содержать следующие разделы:

Общее описание предприятия – сфера деятельности, международный охват, основные продукты или услуги, специфика работы и популярность в вашей стране;

Определение основных целевых аудиторий в стране интереса, описание социально-демографических и психографических характеристик целевых аудиторий;

Определение и краткое описание основных компаний-конкурентов;

Анализ текущих интегрированных маркетинговых коммуникаций компании, в том числе цифровых коммуникаций;

Постановка основных целей и задач внедрения улучшений;

Рекомендации по улучшению использования компанией интегрированных маркетинговых коммуникаций в сети Интернет с учетом специфики вашей страны.

Разработка презентации - в группах по 2-3 человека или индивидуально.

Секция 2 Подготовка презентации и выступления на тему “Разработка стратегии цифровой дипломатии”. Для подготовки презентации выберите актора - известного политика, государство или политическое движение. Проанализируйте интернет-активность выбранного актора по следующим критериям:

Анализ институтов и социальных сообществ, являющихся основными акторами цифровой дипломатии в стране;

Определить основные целевые аудитории и заинтересованные стороны;

Выявить основные цифровые инструменты для выхода на целевую аудиторию, которыми пользуются основные акторы цифровой дипломатии;

Оценка эффективности цифровых коммуникаций основных акторов цифровой дипломатии в выбранной стране с целевыми аудиториями и заинтересованными сторонами;

Рекомендации по улучшению этой связи.

Секция 3 Подготовка презентации и выступления на тему “Разработка стратегии онлайн-продвижения территориального бренда”. Презентация должна содержать следующие разделы:

Анализ текущей общей ситуации (специфика, позиционирование, имидж и привлекательность города, текущие целевые аудитории и стейкхолдеры, основные проблемы города, SWOT-анализ);

Определение основных предпочтительных целевых аудиторий и стейкхолдеров, описание социально-демографических и психографических характеристик целевых аудиторий;

Определение и краткое описание основных городов-конкурентов;

Анализ текущих интегрированных маркетинговых коммуникаций города, в том числе цифровых коммуникаций;

Постановка основных целей и задач продвижения в сети Интернет выбранного города;

Рекомендации по улучшению использования городом интегрированных маркетинговых коммуникаций в сети Интернет.

Секция 4 Проект и презентация на тему “Трансмедиа в журналистике”

Прочитайте книгу: “Как это делается: продюсирование в креативных индустриях / Коллектив авторов — «Издательские решения»”,

Разработайте и представьте проект, как история или социальная проблема трансформируется на разных медиа платформах в различных форматах. Работа в группах по 2-3 человека.

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. Понятие интернет-культуры в мире
2. Основных различия интернет-культуры в разных странах
3. Технологии применения инструментов социальных сетей в стратегиях продвижения

проектов

Примерные задания

Ответьте на вопросы теста

К какому виду интернет-коммуникаций относится следующий вид взаимодействия: традиционный тип массовой коммуникации, информация посылается большому числу людей одновременно. Интернет глобализирует и удешевляет этот тип коммуникации.

- А) Человек – компьютер
- Б) Человек – человек
- В) Один человек – много людей
- Г) Много людей – один человек
- Д) Много людей – много людей

В каком году появились социальные сети в России? («Одноклассники» и «Вконтакте»)

- А) 1995
- Б) 2006
- В) 2009

Какие из нижеперечисленных социальных сетей относятся к группе профессиональных? (Несколько правильных ответов)

- А) Facebook
- Б) LinkedIn
- В) Профессионалы.ру
- Г) Telegram

Продолжите фразу: «Лидер общественного мнения – это...»

Телеконференция – это:

- А) обмен письмами в глобальных сетях;
- Б) информационная система в гиперсвязях;
- В) система обмена информацией между абонентами компьютерной сети;
- Г) служба приёма и передачи файлов любого формата;
- Д) процесс создания, приёма и передачи web-страниц.

Google, Yandex, Mail, Rambler – это:

- А) почтовые программы;
- Б) поисковые системы;
- В) геоинформационные системы;
- Г) HTML-документ.

Как расшифровывается понятие SMM?

- A) Social Media Marketing
- Б) Social Marketing Media
- В) Social Media Management

LMS-платформа – не предусмотрена

5.2.2. Контрольная работа № 2

Примерный перечень тем

1. Исследование социальных сетей
2. Применение контекстной рекламы в социальных сетях
3. Ограничения применения инструментов социальных сетей в разных странах

Примерные задания

Напишите исследовательскую работу, используя только источники в социальных сетях (используйте международные социальные сети), международных форумах и блогах. Как только вы закончите работу, покажите разницу между пропагандой и обычными новостями. Проанализируйте, отличается ли ситуация в русскоязычных и англоязычных социальных сетях, форумах и блогах.

Цель задачи: эта задача научит студентов ориентироваться в международных социальных сетях, формах и блогах. Студенты узнают, как найти информацию о социальных сетях, форумах и блогах, как различать мнения экспертов и повседневные размышления среднего человека, а также узнать, как быть грамотным в цифровом мире и определить уровень доверия в социальных медиа.

LMS-платформа – не предусмотрена

5.2.3. Контрольная работа № 3

Примерный перечень тем

1. Концепция трансмедиа в развитии международных интернет-коммуникаций
2. Международные коммуникации в политической сфере
3. Международные интернет коммуникации в сфере массмедиа

Примерные задания

LMS-платформа – не предусмотрена

5.2.4. Домашняя работа № 1

Примерный перечень тем

1. Сравнение рекламных каналов
2. Обоснование выбора CMS интернет ресурса заданного типа
3. Подбор доменного имени интернет ресурса заданной тематики

Примерные задания

Напишите стратегический социальный пост для PR-компании, которая занимается упаковкой пищевых продуктов и конструкций, уделяя особое внимание расширению продвижения услуг и продуктов компании.

LMS-платформа – не предусмотрена

5.2.5. Домашняя работа № 2

Примерный перечень тем

1. Определение целевых действий для выбранного интернет ресурса

2. Определение ключевых страниц для выбранного интернет ресурса

Примерные задания

Вы собираетесь организовать крупное мероприятие для отраслей и предприятий, которые заинтересованы в внедрении ИТ-технологий в свой производственный процесс (энергетика, нефтегазовая промышленность, машиностроение). Напишите план о том, как вы будете определять свою целевую аудиторию и как вы подключите свою аудиторию?

LMS-платформа – не предусмотрена

5.2.6. Домашняя работа № 3

Примерный перечень тем

1. Настройка целей и отчетов интернет ресурса с применением сервиса Яндекс.

Метрика

2. Настройка целей и отчетов интернет ресурса с применением сервиса Google Analytics

Примерные задания

Разработайте план создания и развития Интернет-ресурса, рассчитанного на международную аудиторию. Цель проекта выберите, основываясь на своих научных и практических интересах, согласуйте его с преподавателем.

LMS-платформа – не предусмотрена

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

5.3.1. Зачет

Список примерных вопросов

1. Сравнение рекламных каналов

2. Развитие сети Интернет в мире

3. Особенности развития сети Интернет в России

4. Управление интернет ресурсом: системы управления контентом (CMS), доменные имена, хостинг

5. Ключевые метрики эффективности интернет ресурса

6. Типы сайтов и целевые действия

7. Применение систем интернет-статистики

LMS-платформа – не предусмотрена

5.4 Содержание контрольно-оценочных мероприятий по направлениям воспитательной деятельности

Направления воспитательной деятельности сопрягаются со всеми результатами обучения компетенций по образовательной программе, их освоение обеспечивается содержанием всех дисциплин модулей.