

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**
Работа с B2B-рынком в интернет-среде

Код модуля
1142687

Модуль
Особенности PR и рекламы на B2B интернет-рынке

Екатеринбург

Оценочные материалы составлены автором(ами):

№ п/п	Фамилия, имя, отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Голубкова Екатерина Александровна	без ученой степени, без ученого звания	Старший преподаватель	интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга

Согласовано:

Управление образовательных программ

И.Ю. Русакова

Авторы:

- Голубкова Екатерина Александровна, Старший преподаватель, интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга

1. СТРУКТУРА И ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ Работа с B2B-рынком в интернет-среде

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

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ (ИНДИКАТОРЫ) ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ Работа с B2B-рынком в интернет-среде

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
ПК-17 -Способен выявлять и учитывать особенности клиентских рынков (PR и реклама в интернет-маркетинге)	З-1 - Знать особенности выбранного клиентского интернет-рынка П-1 - Реализация рекламных и PR-кампаний для представителей клиентского интернет-рынка У-1 - Умеет наладить коммуникацию с представителями выбранного клиентского интернет-рынка	Домашняя работа № 1 Домашняя работа № 2 Домашняя работа № 3 Контрольная работа № 1 Контрольная работа № 2 Лекции Практические/семинарские занятия Экзамен

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>	3,3	30
<i>домашняя работа 2</i>	3,6	30
<i>домашняя работа 3</i>	3,9	40
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лекциям – 0.5		
Промежуточная аттестация по лекциям – нет		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по лекциям – 0.5		
2. Практические/семинарские занятия: коэффициент значимости совокупных результатов практических/семинарских занятий – 0.5		
Текущая аттестация на практических/семинарских занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
<i>контрольная работа 1</i>	3,4	50
<i>контрольная работа 2</i>	3,8	50
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по практическим/семинарским занятиям – 0.4		
Промежуточная аттестация по практическим/семинарским занятиям – экзамен		
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. Метод кейс-маркетинга (межмашинные коммуникации компании Ericsson, кейс ITT Industries). Разработка коммуникационной стратегии для рынка B2B на основе метода кейс-стади.

2. Использование инструментов продвижения на рынке B2B.

Примерные задания

Необходимо разработать рекламную кампанию вашего интернет-проекта. Бюджет — 500 тыс. руб. План рекламной кампании: 1. Объект рекламы, его характеристики, особенности. 2. Описание потенциального потребителя. 3. Обоснование вида(ов) используемой интернет-рекламы. 4. Список ключевых слов (для контекстной рекламы). 5. Макет баннера (для медийной рекламы). 6. Экономическое обоснование рекламной кампании.

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. Методы кейс-маркетинга

Примерные задания

1. Разработайте план маркетинговых исследований, методы их проведения и объекты изучения.

2. Предложите критерии сегментации рынка и способ выбора целевого сегмента.

3. Определите возможность и степень влияния компании на существующие на рынке сбытовые каналы.

4. Посоветуйте компании наиболее эффективный способ позиционирования ее товара.

LMS-платформа – не предусмотрена

5.2.2. Контрольная работа № 2

Примерный перечень тем

1. Разработка стратегии продвижения кейсов на основе кейсов

Примерные задания

Для решения кейса студентам необходимо:

1. Объяснить ситуацию.

2. Определить причины возникновения спрогнозировать возможные варианты ее развития.

3. Дать характеристику уже принятым мерам. ситуации.

4. Обсудить перспективные стратегии и действия, оценить и сравнить их эффективность.

LMS-платформа – не предусмотрена

5.2.3. Домашняя работа № 1

Примерный перечень тем

1. Содержание коммуникаций на рынке B2B и B2C

Примерные задания

- описать теоретические основы методов взаимодействия с целевой аудиторией B2B и B2C рынков с помощью PR-коммуникаций;

- обозначить приоритеты в области организации мероприятий, направленных на установление прочных связей с целевой аудиторией;

- разработать рекомендации по установлению, управлению и регулированию взаимодействий с целевыми аудиториями B2B и B2C рынков.

LMS-платформа – не предусмотрена

5.2.4. Домашняя работа № 2

Примерный перечень тем

1. Коммуникации на основе кейс-метода

Примерные задания

В одной гипотетической азиатской стране разорилась почтовая компания. Эта компания государственного уровня, имеющая представительства (офисы) во всех регионах. До этого прискорбного случая компания успешно проработала более двадцати лет, но техническому перевооружению не уделялось достаточно внимания. Клиенты в целом были довольны и доверяли компании. Персонал компании – опытные, профессиональные работники, осознающие себя частью коллектива. Сейчас вы можете полностью изменить, перепрофилировать компанию. В стране появилась крупный почтовый оператор, созданный с госучастием, поэтому вы можете со спокойной совестью уйти от традиционных почтовых услуг. Задание: Предложить наиболее перспективную стратегию развития компании. Предварительно необходимо ответить на следующие вопросы: Что сейчас является главным ресурсом компании? В чём заключается главное конкурентное преимущество, которое можно легко трансформировать с другие виды деятельности?

LMS-платформа – не предусмотрена

5.2.5. Домашняя работа № 3

Примерный перечень тем

1. Применение экспертных методик в Интернете

Примерные задания

Первым этапом организации работ по применению экспертного оценивания является подготовка и издание руководящего документа, в котором формулируется цель работы и основные положения по ее выполнению. В этом документе должны быть отражены следующие вопросы:

- постановка задачи эксперимента;
 - цели эксперимента;
 - обоснование необходимости эксперимента;
 - сроки выполнения работ;
 - задачи и состав группы управления;
 - обязанности и права группы;
 - финансовое и материальное обеспечение работ
- LMS-платформа – не предусмотрена

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

5.3.1. Экзамен

Список примерных вопросов

1. Сущность промышленного маркетинга и его роль в рыночной экономике.
2. Природа продукта в промышленном маркетинге
3. Особенности процесса принятия решения на рынке B2B
4. Характеристики потребителя на рынке B2B
5. Содержание и методы коммуникаций на рынке B2B
6. Особенности выбора каналов коммуникации на промышленном и потребительском рынках
7. Метод кейс-маркетинга как основной инструмент сбыта
8. Метод кейс-стади в сети Интернет.
9. Электронный бизнес и сетевые рынки: сущность, особенности продвижения.
10. Особенности и использование контекстной рекламы для продвижения B2B брендов
11. Особенности и использование SEO для продвижения B2B брендов
12. Особенности и использование SMM для продвижения B2B брендов
13. Особенности и использование email - маркетинга для продвижения B2B брендов
14. Особенности и использование Яндекс-Маркет для продвижения B2B брендов
15. Особенности и использование телемаркетинга для продвижения B2B брендов
16. Особенности и использование корпоративных блогов для продвижения B2B брендов.

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.