

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Промышленный маркетинг и интернет-продвижение

Код модуля
1149590

Модуль
Эффективная деятельность на промышленном
предприятии

Екатеринбург

Оценочные материалы составлены автором(ами):

№ п/п	Фамилия, имя, отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Обухов Олег Владимирович	кандидат экономических наук, доцент	Доцент	Кафедра экономики и управления на металлургических и машиностроительных предприятиях

Согласовано:

Управление образовательных программ

И.Ю. Русакова

Авторы:

- **Обухов Олег Владимирович, Доцент, экономики и управления на металлургических и машиностроительных предприятиях**

1. СТРУКТУРА И ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ **Промышленный маркетинг и интернет-продвижение**

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

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ (ИНДИКАТОРЫ) ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ **Промышленный маркетинг и интернет-продвижение**

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-7 -Способен выполнять расчеты по материальным, трудовым, инвестиционным и финансовым затратам, необходимые для оценки экономической эффективности инвестиционного проекта, а также договоров на услуги производства и реализации выпускаемой продукции	З-1 - Знать основы анализа, планирования и прогнозирования основных технико-экономических показателей предприятия, структурных подразделений, проектов на всех стадиях жизненного цикла организации П-1 - Владеть навыками проведения анализа результатов финансово-хозяйственной деятельности и подходами к обоснованию направлений повышения эффективности деятельности предприятия и его структурных подразделений с учетом влияния факторов внутренней и внешней среды	Домашняя работа Зачет Контрольная работа Лекции Практические/семинарские занятия

	У-1 - Уметь самостоятельно формулировать предложения по основным направлениям повышения эффективности деятельности предприятия (подразделений) с учетом результатов текущего экономического состояния и прогнозов макроэкономического окружения	
ПК-9 -Способен на основе описания экономических процессов и явлений строить модели, в соответствии с выбранным подходом, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты и отчетность предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств и т.д.	З-1 - Знать сущность и содержание основных экономических процессов предприятия и их закономерности в краткосрочной и долгосрочной перспективах П-1 - Владеть методами анализа и прогнозирования экономических показателей с учетом специфики деятельности организации У-1 - Уметь оценивать полученную в ходе анализа информацию и содержательно интерпретировать полученные результаты с точки зрения выбранных целевых показателей	Домашняя работа Зачет Контрольная работа Лекции Практические/семинарские занятия

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 – 0.50		
Текущая аттестация на лекциях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
<i>домашняя работа</i>	3,10	64
<i>участие в обсуждениях по пройденному материалу</i>	3,17	36
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лекциям – 0.40		
Промежуточная аттестация по лекциям – зачет		

Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по лекциям – 0.60		
2. Практические/семинарские занятия: коэффициент значимости совокупных результатов практических/семинарских занятий – 0.50		
Текущая аттестация на практических/семинарских занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
<i>контрольная работа</i>	3,14	64
<i>участие в работе на практических занятиях</i>	3,17	36
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по практическим/семинарским занятиям– 1.00		
Промежуточная аттестация по практическим/семинарским занятиям–нет		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по практическим/семинарским занятиям– 0.00		
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		

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. Продуктовая политика компании. Генерация идей. Метод фокальных объектов при разработке новых товаров. Кейс-анализ

2. Политика распределения. Особенности распределения на промышленном рынке. Кейс-анализ

3. Политика продвижения. Особенности продвижения на промышленном рынке. Генерация идей. Методы разработки рекламных слоганов

4. Политика ценообразования. Особенности ценообразования на промышленном рынке. Кейс-анализ

5. Создание посадочной страницы при помощи бесплатного шаблонного решения

6. Инструменты интернет-продвижения. Продвижение разработанной посадочной страницы

7. Создание и запуск контекстной рекламы

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

Примерный перечень тем

1. Внешняя среда маркетинга

2. Сегментирование и позиционирование компании

3. Продуктовая политика компании

4. Политика распределения

5. Политика продвижения

6. Продвижение продукции на промышленном рынке

Примерные задания

LMS-платформа – не предусмотрена

5.2.2. Домашняя работа

Примерный перечень тем

1. Концепции маркетинга. Внешняя среда маркетинга

2. Поведение потребителей
3. Организация маркетинга на предприятии. Комплекс маркетинга на предприятии
4. Планирование и организация управления каналами распределения продукции
5. Примеры интернет-продвижения промышленных предприятия
6. Сравнительный анализ интернет-технологий, применяемых в России и в мире.

Примеры применения

7. Классификация сайтов по решаемым задачам. Примеры, анализ контента
 8. Изучение интернет-продвижения на примере конкретной компании
 9. Пример оценки эффективности интернет-рекламы. Методы оценки эффективности интернет-рекламы
 10. Примеры интернет-стратегий для различных сегментов B2B рынка
 11. Продвижение товаров на форумах. Пример продвижения продукции на региональном рынке
- Примерные задания
LMS-платформа – не предусмотрена

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

5.3.1. Зачет

Список примерных вопросов

1. Внешняя среда маркетинга
2. Поведение потребителей. Особенности поведения потребителей на рынке промышленной продукции
3. Существующие методы сбора информации о рынке. Проведение маркетинговых исследований
4. Основные характеристики промышленного рынка. Отраслевые особенности российского промышленного маркетинга
5. Сегментирование и позиционирование на промышленном рынке
6. Планирование и организация управления каналами распределения продукции на промышленном предприятии
7. Маркетинговый инструментарий на промышленном рынке
8. Особенности продвижения на промышленном рынке
9. Продвижение промышленной продукции: проведение конференций и семинаров. Продвижение промышленной продукции: проведение выставок, организация рассылок. Событийный маркетинг.
10. Сегментация рынка: географический признак, демографический признак, психографический признак, поведенческий признак. Особенности сегментирования на промышленном рынке
11. Интернет продвижение в России: тенденции, тренды, прогнозы.
12. Классификация сайтов по решаемым задачам. Основные этапы разработки сайта.
13. Оценка эффективности работы сайта. Методы повышения эффективности. Выбор подрядчика на разработку сайта и постановка задачи.
14. Способы интернет-продвижения. Особенности интернет-рекламы
15. Контекстная реклама: определение, разработка, оценка эффективности. Применение интернет-продвижения на промышленном рынке

16. Инструменты оценки интернет-рекламы. Комплексный метод оценки эффективности интернет-рекламы. Медийная реклама, СРА, лидогенерация и видеореклама: определение, применение, оценка эффективности
 17. Способы продвижения сайта. Рекламная кампания в сети интернет, цели и способы достижения
 18. Внутренняя оптимизация сайта
 19. Комплекс маркетинга на промышленном предприятии.
 20. Товарная и ассортиментная политика на промышленном предприятии.
 21. Ценообразование на промышленном предприятии.
 22. Маркетинговые коммуникации на рынке промышленной продукции.
 23. Существующие методы анализа информации о рынке
 24. Позиционирование на промышленном рынке: позиционирование компании, позиционирование продукта. Уникальное торговое предложение
 25. Основные характеристики промышленных рынков. Характерные изменения промышленного маркетинга в постиндустриальной экономике.
 26. Отраслевые особенности российского промышленного маркетинга.
 27. Метрики эффективности инструментов интернет-продвижения
 28. Виды и способы привлечения аудитории в интернете
 29. Поисковое продвижение
 30. Применение e-mail маркетинга и ORM на промышленном рынке.
 31. Цели присутствия в интернете и инструменты для их достижения.
 32. Определение целевой аудитории в интернете
 33. Основные этапы разработки сайта. Структура и функционал сайта.
 34. Обоснование потребности изменения сайта.
 35. Выбор площадки для продвижения. Принципы выбора. Потенциал площадки.
 36. Оценка бюджета контекстной рекламы.
 37. Оценка поискового спроса из результатов поиска.
- 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.