

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**
Технологии интернет-маркетинга

Код модуля
1165643(1)

Модуль
Технологии интернет-маркетинга

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 Технологии интернет-маркетинга

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

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ (ИНДИКАТОРЫ) ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ Технологии интернет-маркетинга

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-ДК -Способность решать профессиональные задачи и выполнять трудовую деятельность в определенной профессиональной области в целях расширения профессиональной и социальной мобильности в условиях быстрых изменений на рынке труда, социальной, экономической и геополитической ситуации	Д-1 - Демонстрировать самостоятельность, инициативность, ответственность при освоении дополнительной квалификации З-1 - Сделать обзор основных тенденций трансформации рынка труда, причин изменений социальной, экономической и геополитической ситуации З-2 - Описывать собственные образовательные и профессиональные потребности в получении дополнительной квалификации З-3 - Характеризовать особенности профессиональной деятельности по дополнительной квалификации в определенной профессиональной области	Зачет Контрольная работа Лекции Практические/семинарские занятия

	<p>З-4 - Описывать подходы, технологии, методы, инструменты применения знаний, умений и опыта, полученных в результате освоения дополнительной квалификации в определенной профессиональной области</p> <p>П-1 - Составить обоснованный прогноз востребованности дополнительной квалификации в определенной профессиональной области с учетом развития рынка труда, изменений социальной, экономической, геополитической ситуации и собственных образовательных и профессиональных потребностей</p> <p>П-2 - Самостоятельно предлагать обоснованные решения профессиональных задач на основе полученной дополнительной квалификации в определенной профессиональной области</p> <p>П-3 - Составить обоснованные предложения по оптимизации подходов, технологий, методов и инструментов применения знаний, умений и опыта по дополнительной квалификации в определенной профессиональной области</p> <p>У-1 - Обосновать необходимость в получении дополнительной квалификации в определенной профессиональной области на основе анализа основных тенденций трансформации рынка труда, причин изменений социальной, экономической и геополитической ситуации и собственных образовательных и профессиональных потребностей</p> <p>У-2 - Оценивать варианты решения профессиональных задач по дополнительной</p>	
--	---	--

	<p>квалификации в определенной профессиональной области У-3 - Выбирать подходы, технологи, методы и инструменты применения знаний, умений и опыта, полученных по дополнительной квалификации в определенной профессиональной области для решения профессиональных 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 – 0.5		
Текущая аттестация на лекциях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
<i>контрольная работа</i>	15	100
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
<i>академическая активность на семинарах</i>	16	100
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по практическим/семинарским занятиям – 1		
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>проектный продукт</i>	16	100

Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лабораторным занятиям -0.5		
Промежуточная аттестация по лабораторным занятиям –зачет		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по лабораторным занятиям – 0.5		
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	<p>Студент демонстрирует ответственность в освоении результатов обучения на уровне запланированных индикаторов.</p> <p>Студент способен выносить суждения, делать оценки и формулировать выводы в области изучения.</p> <p>Студент может сообщать преподавателю и коллегам своего уровня собственное понимание и умения в области изучения.</p>
-------------------	---

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. Стратегическое планирование в интернет-маркетинге
2. Анализ целевой аудитории, создание уникального торгового предложения
3. Посадочные страницы и лидогенерация
4. Медиапланирование в интернет-маркетинге
5. Контент-маркетинг
6. Email-маркетинг

Примерные задания

Стратегическое интернет-маркетинговое планирование

1. Выберите любую организацию Екатеринбурга, не являющуюся частью крупной сети, работающую в одной из следующих сфер:

общественное питание (кафе, ресторан, кофейня, столовая и т.п.)

медицина (частная клиника)

бьюти-индустрия (парикмахерская, салон красоты и т.п.)

спорт (тренажерный зал, бассейн и т.п.)

продажа одежды/обуви

2. Составьте бриф о компании по любым источникам, которые удастся найти: краткая информация о компании, ее история, миссия, позиционирование, информация о предлагаемом товаре/услуге, о конкурентных преимуществах, о целевых аудиториях, каналы коммуникации с целевыми аудиториями. Бриф составляется по имеющимся источникам, ничего придумывать не нужно. Для получения информации вы можете связаться с организацией и задать уточняющие вопросы.

3. Проведите анализ макросреды организации: опишите район организации, его социально-культурную среду, характеристику застройки, расположение основных социальных объектов и т.д.

4. Проанализируйте всех ближайших конкурентов организации: их позиционирование, миссии, сильные и слабые стороны, возможные финансовые показатели деятельности, каналы коммуникации с клиентами.

5. Проведите краткий анализ рынка: объем рынка, тенденции и потенциал развития, основные сегменты.

6. Составьте матрицу SWOT-анализа для вашей организации.

7. Выберите маркетинговую стратегию развития организации и стратегические цели. Обоснуйте свой выбор.

Создание уникального торгового предложения

Кратко опишите основной товар вашей организации.

Ознакомьтесь с методикой оценки свойств товара - методикой Кано. (см. презентацию).
Выберите 10 важных свойств вашего товара. Напишите, к какому типу свойств относится каждое.

Проведите опрос минимум 10 ваших одноклассников по методике Кано, используя заготовку в Excel.

По матрице Кано определите важность свойств вашего товара для одноклассников.

Опишите результаты вашего анализа, сформулируйте, товар с какими свойствами хотел бы видеть ваш потребитель. Приложите файл с описанием анализа и заполненную Excel форму.

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. Цифровая экономика и интернет-рынки
2. Маркетинговые политики в интернете и анализ целевой аудитории
3. Инструменты коммуникации в интернет-маркетинге
4. Маркетинговые исследования в интернете и веб-аналитика

Примерные задания

Что такое трансакция?

1. факт совершения сделки
2. процесс взаимодействия экономических субъектов
3. социально-экономическое явление
4. культурно-экономическое явление

Рынок - это:

1. совокупность регулярных обменных операций
2. совокупность всех продавцов
3. совокупность всех потребителей
4. совокупность продуктов материального и нематериального труда

Потребительская стоимость товара определяет его:

1. ценность для потребителя
2. справедливый обмен
3. меновую стоимость
4. итоговую стоимость

Нечто, что позволяет обменивать разные товары в определённых пропорциях друг к другу и при этом каждая из сторон считает такой обмен справедливым - это ...

1. потребительская стоимость
2. меновая стоимость
3. итоговая стоимость
4. средняя стоимость

СРМ баннера на тематическом портале — 25 рублей. Бюджет нашей рекламной кампании — 1175 рублей. С этой рекламной кампании мы получили 750 перехода на наш сайт. Какой CTR рекламного баннера?

1. 1,67%

2. 0,268

3. 2567

4. 125

LMS-платформа – не предусмотрена

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

5.3.1. Зачет

Список примерных вопросов

1. Экономический смысл цифровой трансформации: надконституционные институты
2. Экономический смысл цифровой трансформации: конституционные и экономические институты
3. Товарный рынок и товарные границы
4. Границы рынка: товарные и географические границы
5. Товарные рынок и барьеры рынка
6. Классификация товарного рынка, емкость товарного рынка
7. Сегментирование рынка
8. Электронная коммерция: выгоды и ограничения
9. Концепции теории маркетинга
10. Интернет-маркетинг: особенности, преимущества и недостатки
11. Стратегическое интернет-маркетинговое планирование
12. Маркетинговые стратегии и стратегические цели организации
13. Комплекс интернет-маркетинга
14. Понятие «товара», классификация товаров по Котлеру
15. Информационные товары, информационность товара
16. Информационность товара, классификация товаров по признаку информативности
17. Товарная политика, качество товара, жизненный цикл товара
18. Товарные стратегии
19. Продуктовая и ассортиментная политика
20. Определение цены, ошибки при ценообразовании
21. Этапы осуществления политики ценообразования
22. Классические методы ценообразования
23. Ценовые стратегии
24. Коммуникационная стратегия
25. Коммуникационные модели
26. Вирусный интернет-маркетинг
27. Email-маркетинг
28. Маркетинг в социальных сетях
29. Интернет-реклама, ее виды
30. Конверсии и таргетинг
31. Контекстная реклама

- 32. SEO-продвижение
 - 33. Планирование рекламных интернет-кампаний
 - 34. Интернет как источник маркетинговой информации: источники информации и методы сбора
 - 35. Методы исследований в интернете
 - 36. Веб-аналитика: назначение, основные метрики
 - 37. Веб-аналитика: просмотры, визиты, посетители
 - 38. Веб-аналитика: этапы работы Яндекс.Метрики
- 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
Профессиональное воспитание	профориентационная деятельность	Технология формирования уверенности и готовности к самостоятельной успешной профессиональной деятельности	ПК-ДК	З-2 Д-1	Практические/семинарские занятия