

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ  
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**  
Маркетинг в среде Интернет

**Код модуля**  
1157619

**Модуль**  
Практики маркетинговой деятельности

**Екатеринбург**

Оценочные материалы составлены автором(ами):

№ п/п	Фамилия, имя, отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Котляревская Ирина Васильевна	доктор экономических наук, профессор	Заведующий кафедрой	маркетинга
2	Тедеев Константин Сергеевич	без ученой степени, без ученого звания	Старший преподаватель	маркетинга

**Согласовано:**

Управление образовательных программ

И.Ю. Русакова

**Авторы:**

- Котляревская Ирина Васильевна, Заведующий кафедрой, маркетинга
- Тедеев Константин Сергеевич, Старший преподаватель, маркетинга

**1. СТРУКТУРА И ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ Маркетинг в среде Интернет**

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

**2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ (ИНДИКАТОРЫ) ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ Маркетинг в среде Интернет**

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-5 -Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ	З-1 - Знать современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ П-1 - Владеть современными информационными технологиями и программными средствами, включая управление крупными массивами данных для решения профессиональных задач У-1 - Уметь использовать современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ	Домашняя работа Контрольная работа Лекции Практические/семинарские занятия Экзамен

	для решения профессиональных задач	
ПК-15 -Способен планировать и осуществлять маркетинговую деятельность в Интернет-среде	З-1 - Знать основные принципы, методы и инструментарий интернет-маркетинга и электронной коммерции П-1 - Владеть навыками работы с источниками маркетинговой информации и маркетинговыми инструментами в интернет-среде У-1 - Уметь использовать информационно-аналитические и организационно-управленческие технологии для решения маркетинговых задач в интернет-среде	Домашняя работа Контрольная работа 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

<b>1. Лекции: коэффициент значимости совокупных результатов лекционных занятий – 0.5</b>		
<b>Текущая аттестация на лекциях</b>	<b>Сроки – семестр, учебная неделя</b>	<b>Максимальная оценка в баллах</b>
<i>контрольная работа</i>	7,15	50
<i>академическая активность</i>	7,1	50
<b>Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лекциям – 0.5</b>		
<b>Промежуточная аттестация по лекциям – экзамен</b>		
<b>Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по лекциям – 0.5</b>		
<b>2. Практические/семинарские занятия: коэффициент значимости совокупных результатов практических/семинарских занятий – 0.5</b>		
<b>Текущая аттестация на практических/семинарских занятиях</b>	<b>Сроки – семестр, учебная неделя</b>	<b>Максимальная оценка в баллах</b>
<i>домашняя работа</i>	7,17	50
<i>работа на занятиях</i>	7,1	50
<b>Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по практическим/семинарским занятиям– 1</b>		
<b>Промежуточная аттестация по практическим/семинарским занятиям–нет</b>		

<b>Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по практическим/семинарским занятиям – не предусмотрено</b>		
<b>3. Лабораторные занятия: коэффициент значимости совокупных результатов лабораторных занятий – не предусмотрено</b>		
Текущая аттестация на лабораторных занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
<b>Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лабораторным занятиям - не предусмотрено</b>		
<b>Промежуточная аттестация по лабораторным занятиям – нет</b>		
<b>Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по лабораторным занятиям – не предусмотрено</b>		
<b>4. Онлайн-занятия: коэффициент значимости совокупных результатов онлайн-занятий – не предусмотрено</b>		
Текущая аттестация на онлайн-занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
<b>Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по онлайн-занятиям - не предусмотрено</b>		
<b>Промежуточная аттестация по онлайн-занятиям – нет</b>		
<b>Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по онлайн-занятиям – не предусмотрено</b>		

### 3.2. Процедуры текущей и промежуточной аттестации курсовой работы/проекта

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

## 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

<b>Результаты обучения</b>	<b>Критерии оценивания учебных достижений, обучающихся на соответствие результатам обучения/индикаторам</b>
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. Сущность и значение SMM (social media market-ing)
  2. Инструментарий маркетинговых коммуникаций в сетевых сообществах
  3. Оценка эффективности коммуникаций в сетевых сообществах
- 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. Провести компаративистский анализ сервисов Яндекс.Метрика и Google Analytics
  2. Соберите статистику и проанализируйте посещаемость веб-сайта УрФУ. Какие выводы Вы можете сделать
  3. Маркетологи компании Ingate предлагают разделить контент на три равные части по объему: брендированный контент, пользовательский контент, полезный контент. Вы согласны с этим утверждением. Поясните свой ответ
  4. Перечислите принципы SMO-оптимизации
  5. Дайте определения SMO- и SEO-оптимизации
- Примерные задания
- LMS-платформа – не предусмотрена

#### **5.2.2. Домашняя работа**

Примерный перечень тем

1. Интернет маркетинг в деятельности торгового предприятия
2. Интернет-реклама в деятельности компании
3. Мобильные технологии контент-провайдеров в политике продвижения товаров крупных компаний
4. Стратегическое управление маркетинговыми интернет-коммуникациями
5. Интернет как инструмент маркетинговых коммуникаций
6. Интернет-реклама как эффективный способ привлечения клиента
7. Технологии продвижения интернет-компаний в Instagram

8. Влияние современных Интернет-технологий на результаты деятельности компании
  9. Преимущества соцсетей для маркетинговых коммуникаций компаний
  10. Применение интернет-маркетинга в ритейле
  11. Разработка мероприятий Интернет-маркетинга
  12. Анализ состояния и тенденций развития электронной торговли международного товарного рынка (на примере конкретного товарного рынка)
  13. Анализ потребительских предпочтений с применением интернет-технологий (на примере конкретного рынка товаров или услуг)
  14. Применение маркетинговых технологий в электронной торговле
  15. Формирование коммуникационной политики с применением методов интернетмаркетинга (на примере конкретного предприятия)
  16. Использование инструментов интернет-маркетинга в брендинге
  17. Влияние SMM на потребительское решение
  18. Влияние продвижения в Instagram на осведомленность потребителей о продукте
  19. Разработка маркетинговой стратегии в сети Интернет
  20. Стратегическое интернет-планирование и оценка трафика
  21. Бюджет и эффективность мероприятий Интернет маркетинга
  22. Поисковая оптимизация сайтов и оценка ее эффективности
  23. Рекламная кампания в сети Интернет и оценка ее эффективности
  24. Место и роль мероприятий Интернет-маркетинга в рекламной деятельности российских и иностранных предприятий
  25. Стратегии разработки и ведения контекстной / медийной / медийно-контекстной рекламной кампании.
  26. Вирусный маркетинг в сети интернет
  27. Партизанский маркетинг в сети интернет
  28. Техники SEO-продвижения в интернет-маркетинге
  29. Системы экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность торговых структур в сети интернет
  30. Приведите примеры применения инновационных технологий в Интернетмаркетинге и электронной торговле
- Примерные задания
- LMS-платформа – не предусмотрена

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

#### **5.3.1. Экзамен**

Список примерных вопросов

1. Современные техники, технологии и инструменты коммуникационной деятельности
2. Сущность и значение SMM в маркетинге
3. Инструментарий маркетинговых коммуникаций в сетевых сообществах
4. Методы оценки эффективности коммуникаций в сетевых сообществах
5. Роль коммуникаций в формировании репутации
6. Оценка эффективности рекламных кампаний в Интернет
7. Определение интернет-маркетинга как части маркетинга. Основные элементы и особенности



8. Место интернет-маркетинга в структуре современного маркетинга. Основные концепции.
9. Закономерности и особенности развития интернет-маркетинга в условиях цифровизации экономики.
10. Основные инструменты интернет-маркетинга.
11. Охарактеризуйте работу с целевой аудиторией в интернете
12. Охарактеризуйте четкое и нечеткое позиционирование в сети интернет, особенности дифференциации по видам и масштабу деятельности и типам рынков
13. Основные подходы к дизайну и usability сайта
14. Ценообразование товаров и услуг в Интернете. Политика ценообразования с низкой и высокой маржой.
15. Продвижение проектов в социальных сетях. Основные методы и критерии эффективности.
16. Прямой интернет-маркетинг. Основные методы и критерии эффективности.
17. Мобильные сервисы. Создание. Монетизация. Критерии эффективности.
18. Контекстная реклама: понятие, преимущества и недостатки, источники, критерии эффективности
19. Принципы и критерии участия интернет-магазинов в работе маркетплейсов
20. Охарактеризуйте процесс разработки и модернизации веб-сайтов
21. Представьте алгоритм процесса продвижения объектов рынка в Интернете
22. Сравните ключевые социальные сети в РФ и за рубежом
23. Укажите особенности продвижения объекта рынка в социальных сервисах
24. Приведите примеры использования игр в социальных сетях в стратегии продвижения
25. Представьте сравнительную характеристику основных видов интернетпродвижения
26. Разработка и реализация интернет-маркетинговых стратегий
27. Охарактеризуйте и приведите примеры вирусного маркетинга в сети интернет
28. Охарактеризуйте и приведите примеры партизанского маркетинга в сети интернет
29. Тренды современного E-mail маркетинга.
30. Приведите примеры систем экономических и социально-экономических показателей, используемых в Интернет-маркетинге и электронной торговле  
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-15	З-1 У-1 П-1	Домашняя работа Контрольная работа Экзамен