

**Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Национальный исследовательский университет «МЭИ»**

**Направление подготовки/специальность: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Наименование образовательной программы: Медиа коммуникации и дизайн в рекламе
Уровень образования: высшее образование - бакалавриат
Форма обучения: Очная**

**Оценочные материалы
по дисциплине
Стратегический маркетинг**

**Москва
2024**

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ РАЗРАБОТАЛ:

Разработчик

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Жохова П. Е.
	Идентификатор	R5c95669a-ZhokhovaPY-06a87af4

П.Е. Жохова

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель
образовательной
программы

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Курилов С.Н.
	Идентификатор	R2f2f52fe-KurilovSN-7d2d7cde

С.Н.
Курилов

Заведующий
выпускающей кафедрой

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Курилов С.Н.
	Идентификатор	R2f2f52fe-KurilovSN-7d2d7cde

С.Н.
Курилов

ОБЩАЯ ЧАСТЬ

Оценочные материалы по дисциплине предназначены для оценки достижения обучающимися запланированных результатов обучения по дисциплине, этапа формирования запланированных компетенций и уровня освоения дисциплины.

Оценочные материалы по дисциплине включают оценочные средства для проведения мероприятий текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

Формируемые у обучающегося компетенции:

1. ПК-1 Способен разрабатывать и выбирать оптимальную PR-стратегию и организовывать комплексные мероприятия в рамках ее реализации

ИД-1 Применяет навыки по проектированию основных этапов PR-стратегии

ИД-2 Демонстрирует способности выбирать оптимальную PR-стратегию

ИД-3 Демонстрирует организаторские способности по проведению мероприятий в рамках коммуникационных кампаний

и включает:

для текущего контроля успеваемости:

Форма реализации: Письменная работа

1. Инструменты стратегического маркетинга (Контрольная работа)

2. Основы стратегического маркетинга (Тестирование)

3. Разработка комплекса маркетинга (Контрольная работа)

4. Стратегия и планирование в стратегическом маркетинге (Контрольная работа)

БРС дисциплины

6 семестр

Перечень контрольных мероприятий текущего контроля успеваемости по дисциплине:

КМ-1 Основы стратегического маркетинга (Тестирование)

КМ-2 Стратегия и планирование в стратегическом маркетинге (Контрольная работа)

КМ-3 Инструменты стратегического маркетинга (Контрольная работа)

КМ-4 Разработка комплекса маркетинга (Контрольная работа)

Вид промежуточной аттестации – Экзамен.

Раздел дисциплины	Веса контрольных мероприятий, %				
	Индекс КМ:	КМ-1	КМ-2	КМ-3	КМ-4
	Срок КМ:	4	8	12	16
Основы стратегического маркетинга					
Основы стратегического маркетинга		+			
Стратегия и планирование в маркетинге					

Стратегия и планирование в маркетинге		+		
Инструменты стратегического маркетинга				
Инструменты digital-маркетинга			+	
Разработка комплекса маркетинга				
Разработка комплекса маркетинга				+
Вес КМ:	25	25	25	25

СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ

I. Оценочные средства для оценки запланированных результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Индекс компетенции	Индикатор	Запланированные результаты обучения по дисциплине	Контрольная точка
пк-1	ИД-1 _{пк-1} Применяет навыки по проектированию основных этапов PR-стратегии	Знать: методы планирования в стратегическом маркетинге Уметь: выбирать оптимальную маркетинговую стратегию	КМ-1 Основы стратегического маркетинга (Тестирование) КМ-2 Стратегия и планирование в стратегическом маркетинге (Контрольная работа)
пк-1	ИД-2 _{пк-1} Демонстрирует способности выбирать оптимальную PR-стратегию	Знать: основы стратегического маркетинга Уметь: применять инструменты стратегического маркетинга	КМ-1 Основы стратегического маркетинга (Тестирование) КМ-3 Инструменты стратегического маркетинга (Контрольная работа)
пк-1	ИД-3 _{пк-1} Демонстрирует организаторские способности по проведению мероприятий в рамках коммуникационных кампаний	Знать: технологии продвижения в стратегическом маркетинге Уметь: разрабатывать комплекс маркетинга	КМ-1 Основы стратегического маркетинга (Тестирование) КМ-4 Разработка комплекса маркетинга (Контрольная работа)

II. Содержание оценочных средств. Шкала и критерии оценивания

КМ-1. Основы стратегического маркетинга

Формы реализации: Письменная работа

Тип контрольного мероприятия: Тестирование

Вес контрольного мероприятия в БРС: 25

Процедура проведения контрольного мероприятия: Технология проверки связана с выполнением контрольного теста по изученной теме. Время, отведенное на выполнение задания, устанавливается не более 30 минут.

Краткое содержание задания:

Контрольная точка направлена на проверку знаний по стратегии и планированию в digital-маркетинге

Контрольные вопросы/задания:

Запланированные результаты обучения по дисциплине	Вопросы/задания для проверки
Знать: методы планирования в стратегическом маркетинге	1.Какие параметры сайта (при вычислении его релевантности) поисковая система учитывает в первую очередь? 1.плотность ключевых слов 2.цитируемость внешними веб-ресурсами 3.яркий интерфейс 4.интересная подборка материала Ответ: 1
Знать: основы стратегического маркетинга	1.Создание интересного контента, с целью получения максимального количества ссылок на материал — это... 1.копирайтинг 2.линкбилдинг 3.линкбейтинг 4.рерайтинг Ответ: 3
Знать: технологии продвижения в стратегическом маркетинге	1.Что такое SMM? 1.Это эффективный способ привлечения аудитории на сайт посредством социальных сетей, блогов, форумов, сообществ 2.Это таргетированная реклама в Facebook 3.Это оптимизация сайта Ответ: 1 Как называется оптимизаторская работа над ресурсом без влияния на поисковые алгоритмы сайтов? 1.серая оптимизация 2.белая оптимизация 3.черная оптимизация 4.прозрачная оптимизация Ответ: 2

Запланированные результаты обучения по дисциплине	Вопросы/задания для проверки
	Продвижение в социальных сетях однозначно приводит к: 1. Увеличению продаж 2. Росту трафика на сайт 3. Лояльности потребителей 4. Изменению информационного поля компании (бренда) Ответ: 4

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5 («отлично»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 80

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "отлично" выставляется если задание выполнено в полном объеме или выполнено верно на 80 %

Оценка: 4 («хорошо»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 70

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "хорошо" выставляется если большинство вопросов раскрыто верно

Оценка: 3 («удовлетворительно»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 60

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "удовлетворительно" выставляется если задание преимущественно выполнено

Оценка: 2 («неудовлетворительно»)

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "неудовлетворительно" выставляется если задание выполнено не верно или преимущественно не выполнено

КМ-2. Стратегия и планирование в стратегическом маркетинге

Формы реализации: Письменная работа

Тип контрольного мероприятия: Контрольная работа

Вес контрольного мероприятия в БРС: 25

Процедура проведения контрольного мероприятия: Контрольная работа по пройденному материалу.

Краткое содержание задания:

Контрольная точка направлена на рассмотрение истории развития Интернет-маркетинга, основных видов digital-маркетинга

Контрольные вопросы/задания:

Запланированные результаты обучения по дисциплине	Вопросы/задания для проверки
Уметь: выбирать оптимальную маркетинговую стратегию	1. Провести SWOT - анализ. Рассчитать конкурентоспособность товара. Выбрать эффективную маркетинговую стратегию с помощью матрицы Мак-Кинси.

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5 («отлично»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 80

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "отлично" выставляется если задание выполнено в полном объеме или выполнено преимущественно верно

Оценка: 4 («хорошо»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 70

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "хорошо" выставляется если большинство вопросов раскрыто верно

Оценка: 3 («удовлетворительно»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 60

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "удовлетворительно" выставляется если задание преимущественно выполнено

Оценка: 2 («неудовлетворительно»)

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "неудовлетворительно" выставляется если задание выполнено неверно или преимущественно не выполнено

КМ-3. Инструменты стратегического маркетинга

Формы реализации: Письменная работа

Тип контрольного мероприятия: Контрольная работа

Вес контрольного мероприятия в БРС: 25

Процедура проведения контрольного мероприятия: Контрольная работа по пройденному материалу.

Краткое содержание задания:

Контрольная точка направлена на рассмотрение инструментов коммуникаций в digital-маркетинге

Контрольные вопросы/задания:

Запланированные результаты обучения по дисциплине	Вопросы/задания для проверки
Уметь: применять инструменты стратегического маркетинга	1.Провести сегментацию рынка. Построить матрицу БКГ. Провести прогноз.

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5 («отлично»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 80

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "отлично" выставляется если задание выполнено в полном объеме или выполнено преимущественно верно

Оценка: 4 («хорошо»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 70

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "хорошо" выставляется если большинство вопросов раскрыто верно

Оценка: 3 («удовлетворительно»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 60

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "удовлетворительно" выставляется если задание преимущественно выполнено

Оценка: 2 («неудовлетворительно»)

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "неудовлетворительно" выставляется если задание выполнено неверно или преимущественно не выполнено

КМ-4. Разработка комплекса маркетинга

Формы реализации: Письменная работа

Тип контрольного мероприятия: Контрольная работа

Вес контрольного мероприятия в БРС: 25

Процедура проведения контрольного мероприятия: Контрольная работа по пройденному материалу.

Краткое содержание задания:

Рассчитайте цену на товар

Контрольные вопросы/задания:

Запланированные результаты обучения по дисциплине	Вопросы/задания для проверки
Уметь: разрабатывать комплекс маркетинга	1.Провести разработку комплекса маркетинга. Рассчитать цену товара по заданным характеристикам.

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5 («отлично»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 70

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "отлично" выставляется если задание выполнено в полном объеме или выполнено преимущественно верно

Оценка: 4 («хорошо»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 60

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "хорошо" выставляется если большинство вопросов раскрыто. выбрано верное направление для решения задач

Оценка: 3 («удовлетворительно»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 50

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "удовлетворительно" выставляется если задание преимущественно выполнено

Оценка: 2 («неудовлетворительно»)

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "неудовлетворительно" выставляется если задание выполнено неверно или преимущественно не выполнено

СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

6 семестр

Форма промежуточной аттестации: Экзамен

Пример билета

- 1.Маркетинг в социальных сетях
- 2.Проведение аудита интернет-маркетинга
- 3.Практическое задание

Процедура проведения

Экзамен проводится в устной форме по билетам, время на подготовку к ответу - 60 минут

1. Перечень компетенций/индикаторов и контрольных вопросов проверки результатов освоения дисциплины

1. Компетенция/Индикатор: ИД-1_{ПК-1} Применяет навыки по проектированию основных этапов PR-стратегии

Вопросы, задания

- 1.Маркетинг в социальных сетях
- 2.Направления интернет-маркетинга
- 3.Маркетинг в социальных сетях

Материалы для проверки остаточных знаний

- 1.Что такое SMM?

Ответы:

- 1.это эффективный способ привлечения аудитории на сайт посредством социальных сетей, блогов, форумов, сообществ
- 2.это таргетированная реклама в Facebook
- 3.это оптимизация сайта

Верный ответ: 1

- 2.Создание интересного контента, с целью получения максимального количества ссылок на материал — это...

Ответы:

- 1.копирайтинг
- 2.линкбилдинг
- 3.линкбейтинг
- 4.рерайтинг

Верный ответ: 3

- 3.Какие параметры сайта (при вычислении его релевантности) поисковая система учитывает в первую очередь?

Ответы:

- 1.плотность ключевых слов
- 2.цитируемость внешними веб-ресурсами
- 3.яркий интерфейс
- 4.интересная подборка материала

Верный ответ: 1

2. Компетенция/Индикатор: ИД-2_{ПК-1} Демонстрирует способности выбирать оптимальную PR-стратегию

Вопросы, задания

- 1.Понятие вечных ссылок и критерии оценки их качества
- 2.Понятие поискового маркетинга
- 3.Показатели важности сайта и его страниц в поисковых системах
- 4.Понятие маркетинга в социальных сетях

Материалы для проверки остаточных знаний

- 1.Как называется оптимизаторская работа над ресурсом без влияния на поисковые алгоритмы сайтов?

Ответы:

- 1.серая оптимизация
- 2.белая оптимизация
- 3.черная оптимизация
- 4.прозрачная оптимизация

Верный ответ: 2

- 2.Продвижение в социальных сетях однозначно приводит к:

Ответы:

- 1.увеличению продаж
- 2.росту трафика на сайт
- 3.лояльности потребителей
- 4.изменению информационного поля компании (бренда)

Верный ответ: 4

- 3.Что такое «Поисковый маркетинг»?

Ответы:

- 1.комплекс мероприятий, направленный на увеличение посещаемости сайта его целевой аудиторией с помощью поисковых машин
- 2.это полноценный маркетинг, а не только продвижение через различные социальные платформы
- 3.общее название различных методов распространения рекламы
- 4.совокупность маркетинговых приёмов, основанных на создании и/или распространении полезной для потребителя информации с целью завоевания доверия и привлечения потенциальных клиентов

Верный ответ: 1

- 4.Что такое «Тег»?

Ответы:

- 1.элемент языка разметки гипертекста
- 2.это ключевое слово или фраза, которая упоминается в тексте
- 3.показатель «авторитетности» научных публикаций
- 4.это математический рейтинг вебстраницы

Верный ответ: 1

3. Компетенция/Индикатор: ИД-3_{ПК-1} Демонстрирует организаторские способности по проведению мероприятий в рамках коммуникационных кампаний

Вопросы, задания

- 1.Особенности продвижения в соцсетях
- 2.Проведение аудита интернет-маркетинга
- 3.Состав digital-стратегии

Материалы для проверки остаточных знаний

1. Что такое BrowseRank?

Ответы:

1. авторитетность страницы
2. граф кликов пользователей
3. ссылочный граф
4. параметр измеряющий конверсию

Верный ответ: 2

2. Для чего используется атрибут ALT?

Ответы:

1. атрибут ALT прописывается к картинкам, чтобы поисковые роботы могли их прочитать
2. атрибут ALT прописывается на сайте, чтобы поисковые системы знали, что текст оптимизирован
3. атрибут ALT используется для верстки меню сайта, чтобы оно одинаково отображалось в разных браузерах
4. атрибут ALT прописывается в коде сайта, чтобы поисковые роботы могли лучше индексировать внутренние страницы

Верный ответ: 1

3. Какой инструмент интернет-маркетинга в долгосрочной перспективе с большей долей вероятности привлечет на сайт посетителя с минимальной стоимостью затрат?

Ответы:

1. контекстная реклама
2. работа с социальными сетями
3. поисковая оптимизация
4. баннерная реклама

Верный ответ: 3

II. Описание шкалы оценивания

Оценка: 5 («отлично»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 80

Описание характеристики выполнения знания: Работа выполнена в рамках "продвинутого" уровня. Ответы на все вопросы даны верно. Четко сформулированы особенности практических решений. Студент показал при ответе на вопросы билета и на дополнительные вопросы, что владеет материалом изученной дисциплины, свободно применяет свои знания для объяснения различных явлений

Оценка: 4 («хорошо»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 70

Описание характеристики выполнения знания: Работа выполнена в рамках "базового" уровня. Большинство ответов даны верно. В части материала есть незначительные недостатки. Студент правильно выполнил задание и в основном правильно ответил на вопросы билета и на дополнительные вопросы, но допустил при этом незначительные ошибки

Оценка: 3 («удовлетворительно»)

Нижний порог выполнения задания в процентах: 60

Описание характеристики выполнения знания: Работа выполнена в рамках "порогового" уровня. Основная часть задания выполнена верно. Студент в ответах на вопросы билета допустил существенные и даже грубые ошибки, но затем исправил их сам, либо наметил правильный путь его выполнения

Оценка: 2 («неудовлетворительно»)

Описание характеристики выполнения знания: Работа не выполнена или выполнена преимущественно неправильно. Студент не ответил на вопросы билета и не смог решить задачу, либо наметить правильный путь решения вопросов из билета. Из другого билета на тот же раздел дисциплины, выданного взамен первого билета, правильного ответа тоже не было получено, либо при ответе на дополнительные вопросы обнаружилось незнание большого раздела программы

III. Правила выставления итоговой оценки по курсу

Оценка выставляется из расчета среднего арифметического значения оценки семестровой составляющей по текущему контролю успеваемости и оценки за промежуточную аттестацию.