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: Реклама и связи с общественностью

Уровень образования: высшее образование - бакалавриат

Форма обучения: Заочная

Оценочные материалы
по дисциплине
Digital-маркетинг

Москва
2024

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ РАЗРАБОТАЛ:

Разработчик	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ» Сведения о владельце ЦЭП МЭИ Владелец: Кахальников М.В. Идентификатор: R7ecedcd1-KakhalnikovMV-51d2b61	М.В. Кахальников

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель образовательной программы	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ» Сведения о владельце ЦЭП МЭИ Владелец: Вовк М.В. Идентификатор: R26eeae99-VovkMV-a261481b	М.В. Вовк
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 коммуникационную стратегию и организовывать продвижение коммуникационного продукта в процессе ее реализации

ИД-1 Применяет навыки по проектированию основных этапов коммуникационной стратегии

ИД-2 Демонстрирует способности выбирать оптимальную коммуникационную стратегию

ИД-3 Применяет навыки организации системы продвижения коммуникационного продукта в рамках выбранной коммуникационной стратегии

и включает:

для текущего контроля успеваемости:

Форма реализации: Письменная работа

1. Инструменты digital-маркетинга (Контрольная работа)
2. Основы digital-маркетинга (Тестирование)
3. Разработка комплекса маркетинга (Контрольная работа)
4. Стратегия и планирование в digital-маркетинге (Контрольная работа)
5. Технологии продвижения в digital-маркетинге (Тестирование)

БРС дисциплины

10 семестр

Раздел дисциплины	Веса контрольных мероприятий, %					
	Индекс КМ:	КМ-1	КМ-2	КМ-3	КМ-4	КМ-5
	Срок КМ:	4	7	9	12	14
Основы digital-маркетинга						
Основы digital-маркетинга		+				
Стратегия и планирование в digital-маркетинге						
Стратегия и планирование в digital-маркетинге			+			
Инструменты digital-маркетинга						
Инструменты digital-маркетинга				+		
Разработка комплекса маркетинга						

Разработка комплекса маркетинга				+	
Технологии продвижения в digital-маркетинге					
Технологии продвижения в digital-маркетинге					+
Вес КМ:	10	25	25	25	15

$Общая часть/Для промежуточной аттестации$

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 коммуникационной стратегии	Знать: основы digital-маркетинга Уметь: разрабатывать комплекс маркетинга	Основы digital-маркетинга (Тестирование) Инструменты digital-маркетинга (Контрольная работа)
ПК-1	ИД-2$_{ПК-1}$ Демонстрирует способности выбирать оптимальную коммуникационную стратегию	Знать: методы планирования в digital-маркетинге Уметь: применять инструменты digital-маркетинга	Стратегия и планирование в digital-маркетинге (Контрольная работа)
ПК-1	ИД-3$_{ПК-1}$ Применяет навыки организации системы продвижения коммуникационного продукта в рамках выбранной коммуникационной стратегии	Знать: технологии продвижения в digital-маркетинге Уметь: выбирать оптимальную маркетинговую стратегию	Разработка комплекса маркетинга (Контрольная работа) Технологии продвижения в digital-маркетинге (Тестирование)

II. Содержание оценочных средств. Шкала и критерии оценивания

КМ-1. Основы digital-маркетинга

Формы реализации: Письменная работа
Тип контрольного мероприятия: Тестирование
Вес контрольного мероприятия в БРС: 10
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:

Знать: основы digital-маркетинга	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 Создание интересного контента, с целью получения максимального количества ссылок на материал — это... 1.копирайтинг 2.линкбилдинг 3.линкбейтинг 4.рерайтинг Ответ: 3 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 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

	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
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
Нижний порог выполнения задания в процентах: 70
Описание характеристики выполнения знания: Оценка "хорошо" выставляется если большинство вопросов раскрыто верно

Оценка: 3
Нижний порог выполнения задания в процентах: 60
Описание характеристики выполнения знания: Оценка "удовлетворительно" выставляется если задание преимущественно выполнено

Оценка: 2
Описание характеристики выполнения знания: Оценка "неудовлетворительно" выставляется если задание выполнено не верно или преимущественно не выполнено

КМ-2. Стратегия и планирование в digital-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:

Знать: методы планирования в digital-маркетинге	1.Методы планирования в digital-маркетинге. Маркетинговые стратегии. Основы анализа маркетинговой среды.
Уметь: применять инструменты digital-маркетинга	1.Провести SWOT - анализ. Рассчитать конкурентоспособность товара. Выбрать эффективную маркетинговую стратегию с помощью матрицы Мак-Кинси.

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5
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
Нижний порог выполнения задания в процентах: 70
Описание характеристики выполнения знания: Оценка "хорошо" выставляется если большинство вопросов раскрыто верно

Оценка: 3
Нижний порог выполнения задания в процентах: 60
Описание характеристики выполнения знания: Оценка "удовлетворительно" выставляется если задание преимущественно выполнено

Оценка: 2
Описание характеристики выполнения знания: Оценка "неудовлетворительно" выставляется если задание выполнено неверно или преимущественно не выполнено

КМ-3. Инструменты digital-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:

Уметь: разрабатывать комплекс маркетинга	1.Провести сегметнацию рынка. Построить матрицу БКГ. Провести прогноз.

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5
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
Нижний порог выполнения задания в процентах: 70
Описание характеристики выполнения знания: Оценка "хорошо" выставляется если большинство вопросов раскрыто верно

Оценка: 3
Нижний порог выполнения задания в процентах: 60
Описание характеристики выполнения знания: Оценка "удовлетворительно" выставляется если задание преимущественно выполнено

Оценка: 2
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:

Уметь: выбирать оптимальную маркетинговую стратегию	1.Провести разработку комплекса маркетинга. Рассчитать цену товара по заданным характеристикам.

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5
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
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
Нижний порог выполнения задания в процентах: 50
Описание характеристики выполнения знания: Оценка "удовлетворительно" выставляется если задание преимущественно выполнено

Оценка: 2
Описание характеристики выполнения знания: Оценка "неудовлетворительно" выставляется если задание выполнено неверно или преимущественно не выполнено

КМ-5. Технологии продвижения в digital-маркетинге

Формы реализации: Письменная работа
Тип контрольного мероприятия: Тестирование
Вес контрольного мероприятия в БРС: 15
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 рассмотрение технологии продвижения в digital-маркетинге и поисковой оптимизации сайта

Контрольные вопросы/задания:

Знать: технологии продвижения в digital-маркетинге	1.Какой инструмент интернет-маркетинга в долгосрочной перспективе с большей долей вероятности привлечет на сайт посетителя с минимальной стоимостью затрат?

	1.Контекстная реклама 2.Работа с социальными сетями 3.Поисковая оптимизация 4.Баннерная реклама Ответ: 3 Для чего используется атрибут ALT? 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 Ответ: 1 Что такое BrowseRank? 1.Авторитетность страницы 2.Граф кликов пользователей 3.Ссылочный граф 4.Параметр измеряющий конверсию Ответ: 2 Что такое «Тег»? 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 Ответ: 1 Что такое «Поисковый маркетинг»? 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 Ответ: 1

Описание шкалы оценивания:

Оценка: 5

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
Нижний порог выполнения задания в процентах: 70
Описание характеристики выполнения знания: Оценка "хорошо" выставляется если большинство вопросов раскрыто верно

Оценка: 3
Нижний порог выполнения задания в процентах: 60
Описание характеристики выполнения знания: Оценка "удовлетворительно" выставляется если задание преимущественно выполнено

Оценка: 2
Описание характеристики выполнения знания: Оценка "неудовлетворительно" выставляется если задание выполнено не верно или преимущественно не выполнено

СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

10 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

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

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

Вопросы, задания

1.Направления интернет-маркетинга
2.Понятие вечных ссылок и критерии оценки их качества
3.Состав digital-стратегии

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.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

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

Вопросы, задания

1.Понятие маркетинга в социальных сетях
2.Особенности продвижения в соцсетях
3.Проведение аудита интернет-маркетинга

Материалы для проверки остаточных знаний

1.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

2.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.Что такое BrowseRank?

Ответы:

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

Верный ответ: 2

3. Компетенция/Индикатор: ИД-3$_{ПК-1}$ Применяет навыки организации системы продвижения коммуникационного продукта в рамках выбранной коммуникационной стратегии

Вопросы, задания

1.Маркетинг в социальных сетях
2.Маркетинг в социальных сетях
3.Понятие поискового маркетинга
4.Показатели важности сайта и его страниц в поисковых системах

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

4.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

II. Описание шкалы оценивания

Оценка: 5
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
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
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

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