

**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 продвижение СМИ

Уровень образования: высшее образование - бакалавриат

Форма обучения: Заочная

**Оценочные материалы
по дисциплине
Digital-маркетинг**

**Москва
2023**

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ РАЗРАБОТАЛ:

Преподаватель

(должность)

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Воронкина А.А.
	Идентификатор	Rf4a3e30e-VoronkinaAA-70390e09

(подпись)

А.А.

Воронкина

(расшифровка
подписи)

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель
образовательной
программы

(должность, ученая степень, ученое
звание)

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Веселов А.А.
	Идентификатор	R29a5051c-VeselovAIA-96f1d661

(подпись)

А.А. Веселов

(расшифровка
подписи)

Заведующий
выпускающей кафедры

(должность, ученая степень, ученое
звание)

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Гаврилова Ю.В.
	Идентификатор	R87aa858f-GavrilovaYV-cb2050d5

(подпись)

Ю.В.

Гаврилова

(расшифровка
подписи)

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:

- ПК-2 способен вести разработку маркетинговой стратегии для продукции СМИ
- ИД-4 Разработка и обоснование проекта ценовой стратегии организации, включая предложения по ценам на продукцию СМИ
- ИД-6 Согласование маркетинговой стратегии с целями, задачами и стратегиями других подразделений и организации в целом

и включает:

для текущего контроля успеваемости:

Форма реализации: Компьютерное задание

- Введение в digital-маркетинг. Основные виды digital-маркетинга (Тестирование)
- Стратегия и планирование в digital-маркетинге (Тестирование)
- Технологии продвижения в digital-маркетинге. Поисковая оптимизация сайта (Тестирование)

Форма реализации: Письменная работа

- Инструменты коммуникаций в digital-маркетинге (Эссе)

БРС дисциплины

2 семестр

Раздел дисциплины	Веса контрольных мероприятий, %				
	Индекс КМ:	КМ-1	КМ-2	КМ-3	КМ-4
	Срок КМ:	3	6	9	12
Введение в digital-маркетинг. Основные виды digital-маркетинга					
Понятие интернет-маркетинга. История развития Интернет-маркетинга	+				
Основные виды digital-маркетинга	+				
Технологии продвижения в digital-маркетинге. Поисковая оптимизация сайта					
Технологии продвижения в digital-маркетинге			+		
Поисковая оптимизация сайта			+		
Инструменты коммуникаций в digital-маркетинге					
Понятие маркетинга в социальных сетях. Использование SMM компаниями разного размера				+	

Борьба с сетевым негативом. Характеристики пользователей социальных сетей. Поведенческие категории пользователей соцсетей			+	
Стратегия и планирование в digital-маркетинге				
Последовательность процесса стратегического интернет-маркетингового планирования в компании и определение миссии				+
Семь элементов digital-стратегии				+
Вес КМ:	25	25	25	25

\$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-2	ИД-4ПК-2 Разработка и обоснование проекта ценовой стратегии организации, включая предложения по ценам на продукцию СМИ	Знать: принципы и функции Digital-маркетинга концепции рыночной экономики и историю развития маркетинга	Введение в digital-маркетинг. Основные виды digital-маркетинга (Тестирование) Технологии продвижения в digital-маркетинге. Поисковая оптимизация сайта (Тестирование)
ПК-2	ИД-6ПК-2 Согласование маркетинговой стратегии с целями, задачами и стратегиями других подразделений и организации в целом	Знать: цели и средства маркетинговой коммуникации Уметь: изучать и анализировать факторы маркетинговой среды, принимать маркетинговые решения	Инструменты коммуникаций в digital-маркетинге (Эссе) Стратегия и планирование в digital-маркетинге (Тестирование)

II. Содержание оценочных средств. Шкала и критерии оценивания

КМ-1. Введение в digital-маркетинг. Основные виды digital-маркетинга

Формы реализации: Компьютерное задание

Тип контрольного мероприятия: Тестирование

Вес контрольного мероприятия в БРС: 25

Процедура проведения контрольного мероприятия: Технология проверки связана с выполнением контрольного теста по изученной теме. Тестирование проводится с использованием СДО "Прометей". К тестированию допускается пользователь, изучивший материалы, авторизованный уникальным логином и паролем

Краткое содержание задания:

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

Контрольные вопросы/задания:

Знать: концепции рыночной экономики и историю развития маркетинга	<p>1. Медиамаркетинг – это:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Теория и методология организации маркетинга в гипермедийной среде интернета2. Область знаний, изучающая интернет продвижение СМИ3. Процесс выявления, предугадывания потребностей клиентов, организации соответствующей ожиданиям рекламы и производства с целью повышения количества продаж и максимизации прибыли4. Комплекс методов изучения поведения покупателей, воздействия на него и эмоциональных и поведенческих реакций на это воздействие <p>Ответ: 1</p> <p>2. Назовите четыре “P” маркетинга.</p> <ol style="list-style-type: none">1. Position, Price, Production, Premature2. Product, Price, Placement, Promotion3. Placement, Production, Procurement, Procedures4. Product, Promotion, Procedures, Procurement <p>Ответ: 2</p> <p>3. Что из списка не относится к интернет-маркетингу?</p> <ol style="list-style-type: none">1. SMM2. SEM3. SERM4. ICO <p>Ответ: 4</p>
---	---

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. выбрано верное направление для решения задач

Оценка: 3

Нижний порог выполнения задания в процентах: 60

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

КМ-2. Технологии продвижения в digital-маркетинге. Поисковая оптимизация сайта

Формы реализации: Компьютерное задание

Тип контрольного мероприятия: Тестирование

Вес контрольного мероприятия в БРС: 25

Процедура проведения контрольного мероприятия: Технология проверки связана с выполнением контрольного теста по изученной теме. Тестирование проводится с использованием СДО "Прометей". К тестированию допускается пользователь, изучивший материалы, авторизованный уникальным логином и паролем

Краткое содержание задания:

Контрольная точка направлена на рассмотрение технологии продвижения в digital-маркетинге и поисковой оптимизации сайта

Контрольные вопросы/задания:

Знать: принципы и функции Digital-маркетинга	<p>1.Вопрос Что такое BrowseRank?</p> <p>1.Авторитетность страницы 2.Граф кликов пользователей 3.Ссылочный граф 4.Параметр измеряющий конверсию Ответ: 2</p> <p>2.Вопрос Что такое «Тег»?</p> <p>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</p> <p>3.Вопрос Что такое «Поисковый маркетинг»?</p> <p>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</p>
--	---

	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 преимущественно верно

Оценка: 4

Нижний порог выполнения задания в процентах: 70

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: 60

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

КМ-3. Инструменты коммуникаций в digital-маркетинге

Формы реализации: Письменная работа

Тип контрольного мероприятия: Эссе

Вес контрольного мероприятия в БРС: 25

Процедура проведения контрольного мероприятия: Готовое эссе отправляется в СДО "Прометей" в рамках функционала "письменная работа"

Краткое содержание задания:

Контрольная точка направлена на рассмотрение инструментов коммуникаций в digital-маркетинге

Контрольные вопросы/задания:

<p>Уметь: изучать и анализировать факторы маркетинговой среды, принимать маркетинговые решения</p>	<p>1.Вопрос Проанализируйте запуск SMM- кампании: этапы, оценка эффективности мероприятий</p> <p>2.Вопрос Продемонстрируйте инструментарий SEO-оптимизации</p> <p>3.Вопрос Продемонстрируйте стратегии продвижения компании в социальных сетях</p>
--	--

Описание шкалы оценивания:

Оценка: зачтено

Описание характеристики выполнения знания: Оценка зачтено выставляется если задание выполнено правильно или с незначительными недочетами

Оценка: не зачтено

Описание характеристики выполнения знания: Оценка "не зачтено" выставляется если задание не выполнено в отведенный срок или не соответствует заданию

КМ-4. Стратегия и планирование в digital-маркетинге

Формы реализации: Компьютерное задание

Тип контрольного мероприятия: Тестирование

Вес контрольного мероприятия в БРС: 25

Процедура проведения контрольного мероприятия: Технология проверки связана с выполнением контрольного теста по изученной теме. Тестирование проводится с использованием СДО "Прометей". К тестированию допускается пользователь, изучивший материалы, авторизованный уникальным логином и паролем

Краткое содержание задания:

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

Контрольные вопросы/задания:

Знать: цели и средства маркетинговой коммуникации	<p>1.Вопрос Какие параметры сайта (при вычислении его релевантности) поисковая система учитывает в первую очередь?</p> <ol style="list-style-type: none">1.плотность ключевых слов2.цитируемость внешними веб-ресурсами3.яркий интерфейс4.интересная подборка материала <p>Ответ: 1</p> <p>2.Вопрос Как называется оптимизаторская работа над ресурсом без влияния на поисковые алгоритмы сайтов?</p> <ol style="list-style-type: none">1.серая оптимизация2.белая оптимизация3.черная оптимизация4.прозрачная оптимизация <p>Ответ: 2</p> <p>3.Вопрос Продвижение в социальных сетях однозначно приводит к:</p> <ol style="list-style-type: none">1.Увеличению продаж2.Росту трафика на сайт3.Лояльности потребителей4.Изменению информационного поля компании (бренда) <p>Ответ:4</p>
---	--

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. выбрано верное направление для решения задач

Оценка: 3

Нижний порог выполнения задания в процентах: 60

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

СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

2 семестр

Форма промежуточной аттестации: Зачет с оценкой

Пример билета

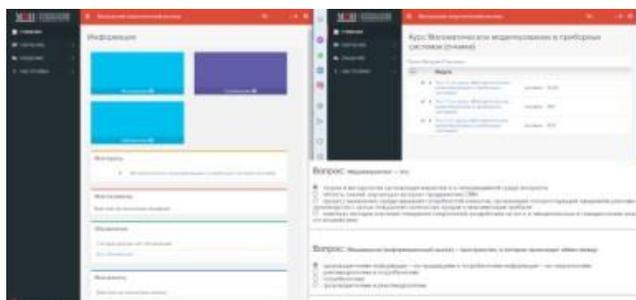


Figure 1 Вид билета связан с интерфейсом сервиса "Прометей"

Процедура проведения

В тесте 20 вопросов встречаются вопросы следующих типов: 1. с одним вариантом ответа (в вопросах «один из многих», система сравнивает ответ слушателя с правильным ответом и автоматически выставляет за него назначенный балл) 2. с выбором нескольких вариантов ответов (в вопросах «многие из многих» система оценивает каждый ответ отдельно; есть возможность разрешить слушателю получить за вопрос 0,75 балла, если он выберет 3 правильных ответа из 4) 3. на соответствие слушатель должен привести в соответствие левую и правую часть ответа (в вопросах «соответствие» система оценивает каждый ответ отдельно; можно разрешить слушателю получить за вопрос 0,75 балла, если он выберет 3 правильных ответа из 4) 4. развернутый ответ, вводится в ручную в специально отведенное поле (ручная оценка преподавателем)

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

1. Компетенция/Индикатор: ИД-4ПК-2 Разработка и обоснование проекта ценовой стратегии организации, включая предложения по ценам на продукцию СМИ

Вопросы, задания

1. Ведя бизнес в интернете, компании стали пользоваться возможностью точного отслеживания статистики, касающейся потребителей, и находиться с ними в непрерывном контакте. Это имеет отношение
2. Чем обусловлено «Преимущество интерактивности» в интернет-маркетинге
3. Как заставить роботов чаще заходить на ваш сайт

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. Для чего используется атрибут ALT?

Ответы:

1.атрибут ALT прописывается к картинкам, чтобы поисковые роботы могли их прочесть 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

2. Компетенция/Индикатор: ИД-бПК-2 Согласование маркетинговой стратегии с целями, задачами и стратегиями других подразделений и организации в целом

Вопросы, задания

1.Назовите четыре “Р” маркетинга

2.Медиарынок (информационный рынок) – пространство, в котором происходит обмен между

3.Какой тэг имеет наибольшее значение при ранжировании

Материалы для проверки остаточных знаний

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

Ответы:

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

Верный ответ: 3

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

Ответы:

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

Верный ответ: 2

3.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

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 экзаменационного 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 экзаменационного 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 экзаменационного билета допустил существенные и даже грубые ошибки, но затем исправил их сам, либо наметил правильный путь его выполнения

III. Правила выставления итоговой оценки по курсу

Оценка определяется по совокупности результатов текущего контроля успеваемости в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе для студентов НИУ «МЭИ»