

**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
Интернет-продвижение СМИ**

**Москва
2021**

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:

1. ОПК-6 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности

Ид-2 Применяет навыки использования современных технических средств в процессе разработки элементов коммуникационных кампаний

и включает:

для текущего контроля успеваемости:

Форма реализации: Компьютерное задание

1. SEO-продвижение печатных и электронных СМИ (Тестирование)

Форма реализации: Письменная работа

1. Актуальные тенденции в сфере интернет СМИ (Эссе)

БРС дисциплины

4 семестр

Раздел дисциплины	Веса контрольных мероприятий, %		
	Индекс КМ:	КМ-1	КМ-2
	Срок КМ:	9	12
Медиамаркетинг			
Особенности медиамаркетинга		+	
Базовые методы медиамаркетинга		+	
Продвижение СМИ на рынке			
Промоушн как система продвижения СМИ на рынке			+
SEO-продвижение печатных и электронных СМИ			+
Продвижение региональных СМИ в сети Интернет			+
Актуальные тенденции в сфере Интернет-продвижения СМИ			+
	Вес КМ:	30	70

\$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
ОПК-6	Ид-2 _{ОПК-6} Применяет навыки использования современных технических средств в процессе разработки элементов коммуникационных кампаний	Знать: правила продвижения СМИ на рынке Уметь: пользоваться медиамаркетингом для увеличения доходности	Актуальные тенденции в сфере интернет СМИ (Эссе) SEO-продвижение печатных и электронных СМИ (Тестирование)

II. Содержание оценочных средств. Шкала и критерии оценивания

КМ-1. Актуальные тенденции в сфере интернет СМИ

Формы реализации: Письменная работа

Тип контрольного мероприятия: Эссе

Вес контрольного мероприятия в БРС: 30

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

Краткое содержание задания:

Студентам предлагается написать эссе по предложенным темам

Контрольные вопросы/задания:

Уметь: пользоваться медиамаркетингом для увеличения доходности	<ol style="list-style-type: none">1. Определите влияние новостей в социальных сетях на рынок streetwear2. Укажите влияние новостей в социальных сетях на рынок streetwear3. Разъясните двухуровневую систему маркетинга как условие продвижения в интернет пространстве4. Особенности медиамаркетинга СМИ в условиях современной России5. Поясните необходимость SEO оптимизации для источников региональных СМИ6. Определите роль Интернет-маркетинга в современном мире
--	--

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-2. SEO-продвижение печатных и электронных СМИ

Формы реализации: Компьютерное задание

Тип контрольного мероприятия: Тестирование

Вес контрольного мероприятия в БРС: 70

Процедура проведения контрольного мероприятия: Технология проверки связана с выполнением контрольного теста по изученной теме. Время, отведенное на выполнение задания, устанавливается не более 45 минут. Количество попыток не более 3х. 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 механизму SEO-продвижения печатных и электронных СМИ

Контрольные вопросы/задания:

<p>Знать: правила продвижения СМИ на рынке</p>	<p>1. Где ключевые слова имеют наименьший вес?</p> <ol style="list-style-type: none">1. В тексте внутренних ссылок2. В Title3. В Keywords4. В тексте страницы <p>ответ: 1</p> <p>2. Как заставить роботов чаще заходить на ваш сайт?</p> <ol style="list-style-type: none">1. Часто обновлять контент2. Добавить параметр "crawl delay" в robots.txt3. Чаще искать сайт по имени домена в поисковиках4. Новые страницы добавлять в addurl Яндекса <p>ответ: 1</p> <p>3. Что на сегодняшний день является наиболее важным при ранжировании сайтов в ПС Яндекс:</p> <ol style="list-style-type: none">1. ТИЦ доноров и общее количество ссылок на сайт2. Структура и контент сайта3. Глубина просмотра сайта по данным счетчика4. Общее количество продвигаемых запросов <p>ответ: 1</p> <p>4. Влияет ли очередность положения слова в title на позиции?</p> <ol style="list-style-type: none">1. Да, конечно2. Не имеет значения <p>ответ: 2</p> <p>5. Как лучше всего закрыть ссылку от индексации?</p> <ol style="list-style-type: none">1. Добавить атрибут nofollow2. Закрыть страницу в файле robots.txt3. С помощью javascript <p>ответ: 2</p> <p>6. Какой алгоритм Google направлен против web-спама?</p> <ol style="list-style-type: none">1. Пингвин2. Панда <p>ответ: 1</p> <p>7. Какой тэг имеет наибольшее значение при ранжировании?</p> <ol style="list-style-type: none">1. <h3>2. <title>3. Metatag description4. <p>ответ: 2</p> <p>8. Что такое BrowseRank?</p> <ol style="list-style-type: none">1. Авторитетность страницы2. Граф кликов пользователей3. Ссылочный граф4. Параметр измеряющий конверсию <p>ответ: 2</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 верно на 80 %

Оценка: 4

Нижний порог выполнения задания в процентах: 70

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

Оценка: 3

Нижний порог выполнения задания в процентах: 60

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

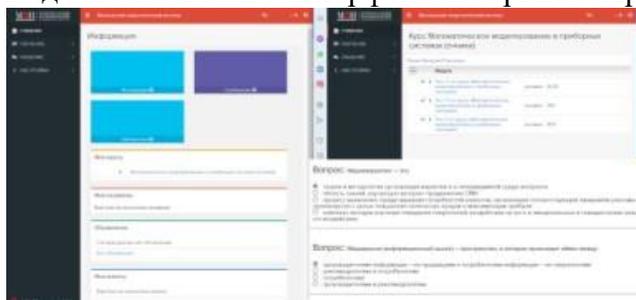
СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

4 семестр

Форма промежуточной аттестации: Зачет с оценкой

Пример билета

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-2ОПК-6 Применяет навыки использования современных технических средств в процессе разработки элементов коммуникационных кампаний

Вопросы, задания

1. Как поделен рынок региональных СМИ
2. Особенности изложения информации в условиях гипертекста
3. «Вирусная» реклама в Интернете
4. Создание и поддержание регионального Интернет-портала
5. Что на сегодняшний день является наиболее важным при ранжировании сайтов в ПС Яндекс
6. Влияет ли очередность положения слова в title на позиции
7. Основные проблемы правового регулирования Интернет-изданий

Материалы для проверки остаточных знаний

1. Что такое СТА?

Ответы:

1. Это призыв к действию, который побуждает клиента совершить на сайте целевое действие
2. Это показатель системы текстовой аналитики, с помощью которого можно оценить плотность ключевых слов в тексте
3. Это показатель уровня повторно

вернувшихся на сайт пользователей 4. Это отношение числа переходов по ссылке к общему числу показов

Верный ответ: 1

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. Линкбэйтинг – это...

Ответы:

1. Особая схема внутренней перелинковки сайта 2. Правила размещения ссылок на сайте 3. Создание контента для сайта, который будет заставлять людей ссылаться на него 4. Покупка ссылок с хорошими показателями на биржах

Верный ответ: 3

4. Влияет ли очередность положения слова в title на позиции?

Ответы:

1. Да, конечно 2. Не имеет значения

Верный ответ: 2

5. Назовите четыре “P” маркетинга

Ответы:

1. Position, Price, Production, Premature 2. Product, Price, Placement, Promotion 3. Placement, Production, Procurement, Procedures 4. Product, Promotion, Procedures, Procurement

Верный ответ: 4

6. 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

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

Ответы:

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

Верный ответ: 3

8. Укажите наиболее точное определение понятия маркетинг.

Ответы:

1. организация сбыта продукции, основанная на рекламной кампании 2. организация производства и сбыта продукции, основанная на изучении потребности рынка в товарах и услугах 3. концепция реализации товаров и услуг, основанная на создании сети независимых дистрибьюторов (сбытовых агентов), каждый из которых, помимо сбыта продукции, также обладает правом на привлечение партнёров, имеющих аналогичные права 4. организация взаимодействия производителя и потребителя

Верный ответ: 2

9. Что из списка не относится к интернет-маркетингу?

Ответы:

1. SMM 2. SEM 3. SERM 4. ICO

Верный ответ: 4

10. 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

11.Что такое целевое действие пользователя на сайте? Укажите наиболее правильный и полный ответ.

Ответы:

- 1.Целевое действие – это звонок потенциального клиента в офис компании
- 2.Целевое действие на сайте – это такое действие, которое демонстрирует заинтересованность пользователя в товаре или услуге компании: клик на определенную кнопку, посещение определенной страницы, заполнение формы

Верный ответ: 2

12.Укажите вариант, где верно описана последовательность разработки сайта.

Ответы:

- 1.Составление технического задания, разработка дизайна, установка системы администрирования, наполнение сайта информацией, продвижение
- 2.Предпроектное проектирование, составление технического задания, разработка дизайна, верстка, установка системы администрирования, программирование, тестирование, наполнение сайта информацией
- 3.Составление технического задания, выбор системы администрирования, верстка, программирование, наполнение сайта информацией, проведение работ по стартовой поисковой оптимизации
- 4.Составление договора на работы, разработка дизайна, верстка, программирование, наполнение сайта информацией, тестирование

Верный ответ: 2

II. Описание шкалы оценивания

Оценка: 5

Нижний порог выполнения задания в процентах: 85

Описание характеристики выполнения знания: Работа выполнена в рамках "продвинутого" уровня. Ответы даны верно, четко сформулированные особенности практических решений

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

Оценка: 3

Нижний порог выполнения задания в процентах: 60

Описание характеристики выполнения знания: Работа выполнена в рамках "порогового" уровня. Основная часть задания выполнена верно.

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»