



Министерство науки
и высшего образования РФ
ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»
Институт дистанционного
и дополнительного образования



**ОЦЕНОЧНЫЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ КОНТРОЛЯ
ОСВОЕНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ
ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**
повышения квалификации
«Каналы продвижения в маркетинге»,

Текущий контроль

Текущий контроль проводится в соответствии с характеристиками контрольных заданий и представлен в табл. 1.

Таблица 1

Характеристика заданий текущего контроля

Наименование дисциплины (модуля)	Форма контроля/наименование контрольной точки	Пример задания	Критерии оценки
Каналы продвижения в цифровом маркетинге			
CRM-маркетинг	Тестирование	<p>1. Что означает аббревиатура CRM? А) Customer Relationship Management В) Customer Resource Management С) Client Relationship Model D) Client Resource Method</p> <p>2. Какое из следующих утверждений лучше всего описывает основную цель CRM-маркетинга? А) Увеличение производства В) Оптимизация</p>	<p><i>Оценка:</i> зачтено <i>Описание характеристики выполнения знания:</i> Оценка "зачтено" выставляется если задание выполнено правильно или с незначительными недочетами.</p> <p><i>Оценка:</i> не зачтено <i>Описание характеристики выполнения знания:</i> Оценка "не зачтено" выставляется если задание не выполнено в отведенный срок или результат не соответствует заданию</p>

		<p>данных</p> <p>C) Управление отношениями с клиентами для повышения их удовлетворенности</p> <p>D) Сокращение затрат</p> <p>3. Какой из следующих инструментов обычно не используется в CRM?</p> <p>A) Программное обеспечение для анализа данных</p> <p>B) Системы управления базами данных</p> <p>C) Офисные приложения для текстового редактирования</p> <p>D) Инструменты для автоматизации маркетинга</p>	
Email-маркетинг	Тестирование	<p>1. Что такое email-маркетинг?</p> <p>A) Продвижение товаров и услуг через электронную почту</p> <p>B) Реклама в социальных сетях</p> <p>C) Продажа через интернет-магазины</p> <p>D) Использование мессенджеров для продаж</p> <p>2. Какой из следующих элементов является ключевым для успешной email-кампании?</p> <p>A) Длинный текст</p> <p>B) Яркий заголовок</p>	<p><i>Оценка:</i> зачтено</p> <p><i>Описание характеристики выполнения знания:</i></p> <p>Оценка "зачтено" выставляется если задание выполнено правильно или с незначительными недочетами.</p> <p><i>Оценка:</i> не зачтено</p> <p><i>Описание характеристики выполнения знания:</i></p> <p>Оценка "не зачтено" выставляется если задание не выполнено в отведенный срок или результат не соответствует заданию</p>

		<p>С) Сложный дизайн D) Отсутствие ссылок</p> <p>3. Что такое "open rate" в контексте email-маркетинга? A) Процент продаж по email-кампании B) Процент открытых писем из общего количества отправленных C) Общее количество отправленных писем D) Количество подписчиков</p>	
Контент-маркетинг	Тестирование	<p>1. Что такое контент-маркетинг? A) Маркетинг, основанный на использовании платной рекламы B) Стратегия, основанная на создании и распространении полезного и релевантного контента C) Продвижение продуктов через email-рассылки D) Создание только визуального контента</p> <p>2. Какова основная цель контент-маркетинга? A) Увеличение продаж B) Создание и поддержка доверия к бренду C) Увеличение числа подписчиков D) Повышение</p>	<p><i>Оценка:</i> зачтено <i>Описание характеристики выполнения знания:</i> Оценка "зачтено" выставляется если задание выполнено правильно или с незначительными недочетами.</p> <p><i>Оценка:</i> не зачтено <i>Описание характеристики выполнения знания:</i> Оценка "не зачтено" выставляется если задание не выполнено в отведенный срок или результат не соответствует заданию</p>

		<p>посещаемости сайта</p> <p>3. Какой тип контента чаще всего используется для привлечения трафика на сайт?</p> <p>A) Вебинары B) Блоги C) Подкасты D) Социальные сети</p>	
SMM	Тестирование	<p>1. Что такое SMM?</p> <p>A) Социальный маркетинг B) Маркетинг в социальных сетях C) Стратегия email-маркетинга D) Продвижение на форумах</p> <p>2. Какая платформа считается самой крупной социальной сетью по числу пользователей?</p> <p>A) Twitter B) Instagram C) Facebook D) LinkedIn</p> <p>3. Что такое целевая аудитория?</p> <p>A) Все пользователи социальных сетей B) Группа людей, на которую направлены маркетинговые усилия C) Пользователи, которые подписались на страницы компании D) Люди, которые посещают сайт компании</p>	<p><i>Оценка: зачтено</i> <i>Описание характеристики выполнения знания:</i> Оценка "зачтено" выставляется если задание выполнено правильно или с незначительными недочетами.</p> <p><i>Оценка: не зачтено</i> <i>Описание характеристики выполнения знания:</i> Оценка "не зачтено" выставляется если задание не выполнено в отведенный срок или результат не соответствует заданию</p>
SEO-	Тестирование	1. Что такое SEO?	<i>Оценка: зачтено</i>

<p>продвижение</p>		<p>A) Социальные сети B) Оптимизация для поисковых систем C) Продвижение в email D) Реклама в контекстных системах</p> <p>2. Что такое SEO? A) Социальные сети B) Оптимизация для поисковых систем C) Продвижение в email D) Реклама в контекстных системах</p> <p>3. Что такое метатег "description"? A) Запрос на индексацию страницы B) Краткое описание содержимого страницы, отображаемое в результатах поиска C) Инструкция для роботов поисковых систем D) Ссылки на другие страницы</p>	<p><i>Описание характеристики выполнения знания:</i> Оценка "зачтено" выставляется если задание выполнено правильно или с незначительными недочетами.</p> <p><i>Оценка:</i> не зачтено <i>Описание характеристики выполнения знания:</i> Оценка "не зачтено" выставляется если задание не выполнено в отведенный срок или результат не соответствует заданию</p>
<p>Influencer marketing</p>	<p>Тестирование</p>	<p>1. Сотрудничество между популярными пользователями социальных сетей и брендами для продвижения продуктов или услуг брендов – это a. Инфлюенс-маркетинг b. Цифровой маркетинг</p>	<p><i>Оценка:</i> зачтено <i>Описание характеристики выполнения знания:</i> Оценка "зачтено" выставляется если задание выполнено правильно или с незначительными недочетами.</p> <p><i>Оценка:</i> не зачтено <i>Описание характеристики выполнения знания:</i> Оценка "не зачтено" выставляется если задание не выполнено в отведенный срок или</p>

		<p>с. Коучинг d. Бартер</p> <p>2. Выберет верное суждение относительно инфлюенс-маркетинга а. Рынок маркетинга влияния растет стремительно, в среднем 30% в год b. Рынок маркетинга влияния достиг потолка и начинает падать с 2024 года с. Рынок маркетинга влияния растет за счет перетока клиентов от контекстной рекламы d. Маркетинг влияния является самым эффективным рекламным инструментом в маркетинге</p> <p>3. Люди с большим количеством подписчиков в социальных сетях, которые могут влиять на поведение своих подписчиков как потребителей – это а. Инфлюенсеры b. Знаменитости с. Авторитеты d. Звезды</p>	<p>результат не соответствует заданию</p>
Мобильный маркетинг	Тестирование	<p>1. Что такое мобильный маркетинг? А) Продвижение продуктов и услуг</p>	<p><i>Оценка: зачтено</i> <i>Описание характеристики выполнения знания:</i> Оценка "зачтено" выставляется если задание выполнено правильно или</p>

		<p>через мобильные устройства В) Реклама только в печатных изданиях С) Продвижение с помощью стационарных компьютеров D) Все вышеперечисленное</p> <p>2. Какой из следующих форматов рекламы считается наиболее распространенным в мобильном маркетинге? A) Видео-реклама B) Баннера C) Email-рассылки D) Социальные сети</p> <p>3. Что такое мобильное приложение? A) Веб-сайт, оптимизированный для мобильных устройств B) Программное обеспечение, созданное для работы на мобильных устройствах C) Электронная почта, отправленная на мобильное устройство D) Все варианты верны</p>	<p>с незначительными недочетами.</p> <p><i>Оценка:</i> не зачтено <i>Описание характеристики выполнения знания:</i> Оценка "не зачтено" выставляется если задание не выполнено в отведенный срок или результат не соответствует заданию</p>
Видеомаркетинг	Тестирование	<p>1. Что такое видеомаркетинг? A) Использование видео для продвижения продуктов и услуг B) Создание</p>	<p><i>Оценка:</i> зачтено <i>Описание характеристики выполнения знания:</i> Оценка "зачтено" выставляется если задание выполнено правильно или с незначительными недочетами.</p>

		<p>видеоигр С) Производство музыкальных клипов D) Все вышеперечисленное</p> <p>2. Какой из следующих форматов видео является наиболее популярным для рекламных кампаний? A) Вебинары B) Презентационные видео C) Короткие рекламные ролики (среди 15–60 сек) D) Документальные фильмы</p> <p>3. Какой из следующих видеохостингов является самым популярным для видеомаркетинга? A) Vimeo B) YouTube C) Dailymotion D) TikTok</p>	<p><i>Оценка:</i> не зачтено <i>Описание характеристики выполнения знания:</i> Оценка "не зачтено" выставляется если задание не выполнено в отведенный срок или результат не соответствует заданию</p>
<p>Реклама в цифровой среде (контекстная, таргетированная, баннерная, нативная)</p>	<p>Тестирование</p>	<p>1. Интернет-реклама, которая отображается на страницах поисковых систем – это a. Контекстная реклама b. Таргетированная реклама c. Нативная реклама d. Интерактивная реклама</p> <p>2. Реклама в виде картинки или</p>	<p><i>Оценка:</i> зачтено <i>Описание характеристики выполнения знания:</i> Оценка "зачтено" выставляется если задание выполнено правильно или с незначительными недочетами.</p> <p><i>Оценка:</i> не зачтено <i>Описание характеристики выполнения знания:</i> Оценка "не зачтено" выставляется если задание не выполнено в отведенный срок или результат не соответствует заданию</p>

		<p>анимированного изображения со ссылкой на сайт – это</p> <p>а. Баннерная реклама б. Контекстная реклама с. Таргетированная реклама d. Нативная реклама</p> <p>3. Что не является основной задачей баннерной рекламой:</p> <p>а. ребрендинг компании б. привлечь внимание пользователя с. заинтересовать его продуктом, который продвигается d. побудить пользователя перейти на сайт, на котором рекламируется продукт (повысить конверсию)</p>	
--	--	---	--

Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация по программе проводится в форме зачета, экзамена или отчета о стажировке в соответствии с учебным планом. Характеристика заданий представлена в табл. 2.

Таблица 2

Характеристика заданий промежуточной аттестации

Наименование дисциплины (модуля)	Пример задания	Критерии оценки
Каналы продвижения в цифровом маркетинге	Не предусмотрено	Не предусмотрено

Итоговая аттестация

Итоговая аттестация по программе проводится в форме *итогового зачета*. Характеристика заданий представлена в табл. 3.

Таблица 3

Характеристика заданий итоговой аттестации

Вид контроля	Краткая характеристика задания	Критерии оценки
Итоговая аттестация	<p>1. Какой из способов взаимодействия с клиентами является наиболее эффективным при использовании CRM?</p> <p>a. Холодные звонки b. Персонализированные электронные письма c. Традиционная реклама d. Массовые SMS-рассылки</p> <p>2. Почему важно сегментировать список рассылки?</p> <p>a. Чтобы сократить количество рассылок b. Для повышения релевантности контента и улучшения взаимодействия c. Чтобы отправлять одно и то же письмо всем d. Для экономии времени на создание контента</p> <p>3. Что такое "персонализированный контент"?</p> <p>a. Контент, адаптированный под индивидуальные предпочтения пользователей b. Статистика по всем пользователям c. Контент, созданный только для одной целевой аудитории d. Направленный на массовую аудиторию</p>	<p><i>Оценка:</i> зачтено <i>Описание характеристики выполнения знания:</i> Оценка «зачтено» заслуживает слушатель, обнаруживший всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного и нормативного материала, умеющий свободно выполнять задания, предусмотренные программой.</p> <p><i>Оценка:</i> не зачтено <i>Описание характеристики выполнения знания:</i> Оценка «не зачтено» выставляется слушателю, обнаружившему пробелы в знаниях основного учебного материала, допускающему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий.</p>

Независимая оценка качества обучения

Независимая оценка качества обучения предполагает внутренний аудит программ ДПО и анкетирование слушателей и/или работодателей по вопросам удовлетворенности процессом и результатами обучения.

Учебно-методическое и информационное обеспечение

а) литература НТБ МЭИ:

Не предусмотрено

б) литература ЭБС и БД:

1. Авдюкова А. Е.- "Интегрированные маркетинговые коммуникации",
Издательство: "УрГПУ", Екатеринбург, 2018 - (107 с.)

<https://e.lanbook.com/book/253979>;

2. А. В. Катаев, Т. М. Катаева, И. А. Названова- "Digital-маркетинг",
Издательство: "Южный федеральный университет", Ростов-на-Дону, Таганрог, 2020 -
(163 с.)

<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=598669>.

в) используемые ЭБС:

Не предусмотрено

Руководитель
ОДПО, ЦДО
Сократ

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Максимова А.А.
Идентификатор	R6a033f13-VorozhtsovaAA-daecd82	

А.А.
Максимова

Начальник ОДПО

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Селиверстов Н.Д.
Идентификатор	Rf19596d9-SeliverstovND-39ee0b7	

Н.Д.
Селиверстов