



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
профессиональной переподготовки
«Цифровой маркетинг»,**

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
Маркетинг в цифровой экономике			
Стратегическое управление компаний в цифровой экономике	Тестирование	Последний этап стратегического управления на предприятии: 1.Оценка сильных и слабых сторон деятельности предприятия 2.Реализация стратегии и оценка результатов деятельности 3.Выбор и проработка собственной стратегии и формирование системы стратегических целей 4.Предварительная оценка состояния	<i>Оценка: зачтено</i> <i>Описание характеристики выполнения знания: Оценка "зачтено" выставляется если задание выполнено правильно или с незначительными недочетами.</i> <i>Оценка: не зачтено</i> <i>Описание характеристики выполнения знания: Оценка "не зачтено" выставляется если задание не выполнено в отведенный срок или результат не соответствует заданию</i>

		предприятия и влияния внешней среды, определение основных ориентиров (целей и миссии)	
Рекламные и PR-технологии в цифровом маркетинге			
Поведение потребителей и маркетинговые исследования покупателей в цифровой среде	Тестирование	Последний этап стратегического управления на предприятии: 1. Оценка сильных и слабых сторон деятельности предприятия 2. Реализация стратегии и оценка результатов деятельности 3. Выбор и проработка собственной стратегии и формирование системы стратегических целей 4. Предварительная оценка состояния предприятия и влияния внешней среды, определение основных ориентиров (целей и миссии)	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 результат не соответствует заданию
Основы интернет-брендинга			
Технологии брендинга	Тестирование	Визуальная и сенсорная составляющая бренда, его внешняя форма, воспринимаемая зрением, слухом, осязанием, обонянием и вкусом – это... фирменный стиль 1. брендбук	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

		2.айдентика 3.гайдлайн	в отведенный срок или результат не соответствует заданию
Социологические методы в современном цифровом маркетинге			
Цифровые метрики эффективности маркетинговых кампаний	Тестирование	Какое преимущество имеют нейросети в ведении аккаунтов? 1.Они полностью заменяют людей 2.Сложные навыки программирования 3.Привлечение новой аудитории 4.Автоматизация рутины	<i>Оценка:</i> зачтено <i>Описание характеристики выполнения знания:</i> Оценка "зачтено" выставляется если задание выполнено правильно или с незначительными недочетами. <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
Каналы продвижения в цифровом маркетинге			
CRM-маркетинг	Семинар	Сегментация аудитории на основе поведенческих данных	<i>Оценка:</i> зачтено <i>Описание характеристики выполнения знания:</i> Оценка "зачтено" выставляется если задание выполнено правильно или с незначительными недочетами. <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
Цифровые инструменты в маркетинге и рекламе			
Специфика продвижения в социальных сетях	Семинар	выделить критерии (таргетинги), по которым можно будет отобрать целевую аудиторию	Не предусмотрено

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	Пример задания	Критерии оценки
--------------	----------------	-----------------

дисциплины (модуля)		
Маркетинг в цифровой экономике	1. Что такое стратегический менеджмент? А. Управление повседневной деятельностью организации В. Процесс планирования и управления долгосрочной стратегией организации С. Только контроль за выполнением задач Д. Проведение маркетинговых акций 2. Какие этапы включает в себя процесс стратегического менеджмента? А. Анализ внешней и внутренней среды, формулирование стратегии, реализация стратегии, контроль и корректировка В. Только распределение обязанностей и выполнение задач С. Только проведение исследований рынка Д. Только разработка рекламных кампаний 3. Что такое SWOT-анализ и в чем заключается его значение для стратегического менеджмента? А. Анализ эффективности кадров В. Анализ сильных и слабых сторон, возможностей и угроз организации, помогает выявить текущее положение и стратегические возможности С. Только анализ финансовых показателей Д. Только анализ конкурентов на рынке 4. Что такое миссия и видение организации и как они связаны с стратегическим менеджментом? А. Миссия - цель организации, видение - краткосрочные цели В. Миссия - долгосрочные цели	<i>Оценка: 5</i> <i>Нижний порог выполнения задания в процентах: 70</i> <i>Описание характеристики выполнения знания:</i> Оценки «отлично» заслуживает слушатель, обнаруживший всестороннее, систематическое и глубокое знание материалов изученной дисциплины, умение свободно выполнять задания, предусмотренные программой, полностью ответивший на вопросы билета. <i>Оценка: 4</i> <i>Нижний порог выполнения задания в процентах: 60</i> <i>Описание характеристики выполнения знания:</i> Оценки «хорошо» заслуживает слушатель, обнаруживший полное знание материала изученной дисциплины, успешно выполнивший предусмотренные задания, продемонстрировавший систематический характер знаний по дисциплине, ответивший на все вопросы билета, но допустивший при этом не принципиальные ошибки. <i>Оценка: 3</i> <i>Нижний порог выполнения задания в процентах: 50</i> <i>Описание характеристики выполнения знания:</i> Оценки «удовлетворительно» заслуживает слушатель, обнаруживший знание материала изученной дисциплины в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии, справляющийся с выполнением заданий, допустивший погрешность в ответе на теоретические вопросы и/или при выполнении практических заданий, но обладающий необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя, либо неправильно выполнивший практическое задание, но по указанию преподавателя

	организации, видение - долгосрочное направление развития С. Только заработок организации Д. Миссия - маркетинговая стратегия, видение - финансовые показатели 5. Что такое стратегический план и как он помогает в достижении целей организации? А. План продвижения продуктов на рынке В. Документ, определяющий стратегические цели, мероприятия и ресурсы для их достижения, помогает структурировать действия и оценивать результаты С. Только план производственных процессов Д. Только план закупок 6. Что такое конкурентная стратегия и какую роль она играет в стратегическом менеджменте? А. Создание угроз для конкурентов В. Определение способов конкуренции на рынке, выбор преимуществ и стратегии позиционирования относительно других игроков на рынке С. Только продвижение товаров и услуг Д. Только разработка дизайна продукции 7. Что такое портфельный анализ и как он используется в стратегическом менеджменте? А. Оценка производственных мощностей В. Анализ портфеля продуктов или бизнес-единиц организации с целью определения их приоритетности и стратегии развития	выполнивший другие практические задания из того же раздела дисциплины. Оценка: 2 Нижний порог выполнения задания в процентах: 0 Описание характеристики выполнения знания: Оценка «неудовлетворительно» выставляется слушателю, обнаружившему серьезные пробелы в знаниях основного материала изученной дисциплины, допустившему принципиальные ошибки в выполнении заданий, не ответившему на все вопросы билета и дополнительные вопросы и неправильно выполнившему практическое задание.
--	---	---

	С. Только анализ кадрового состава Д. Только анализ финансовых показателей 8. Что такое стратегический анализ и какие методы использования для этого могут быть применены? А. Только анализ продаж В. Подробное изучение внешней и внутренней среды организации, использование SWOT-анализа, PESTEL-анализа, экономических и стратегических моделей С. Только финансовый анализ Д. Только анализ инвестиций 9. Что такое диверсификация и как она может быть использована в рамках стратегического менеджмента? А. Ограничение видов деятельности компании В. Расширение рынка путем введения новых продуктов или услуг С. Только продвижение товаров на рынке Д. Только разработка новой упаковки товаров 10. Какие ключевые принципы стратегического менеджмента можно выделить? А. Адаптивность, инновации, устойчивость В. Только контроль и подчинение С. Только повышение прибыли Д. Только производственная эффективность	
Рекламные и PR-технологии в цифровом маркетинге	1. Что такое маркетинговое продвижение? А. Продажа товаров и услуг В. Продвижение бренда на рынке С. Управление ценами Д. Распространение газет и	Оценка: 5 Нижний порог выполнения задания в процентах: 70 Описание характеристики выполнения знания: Оценки «отлично» заслуживает слушатель, обнаруживший всестороннее, систематическое

	журналов 2. Какие инструменты маркетингового продвижения существуют? А. Реклама, PR, интернет-маркетинг, прямые продажи, личные продажи, продвижение с помощью социальных сетей В. Только реклама и PR С. Только прямые продажи и личные продажи Д. Только интернет-маркетинг и продвижение с помощью социальных сетей 3. Что такое целевая аудитория в маркетинговом продвижении? А. Все потенциальные покупатели на рынке В. Группы людей, которые могут быть заинтересованы в продукте или услуге компании С. Только совершеннолетние женщины Д. Только мужчины старше 50 лет 4. Что такое маркетинговый план и как он связан с маркетинговым продвижением? А. План продаж товаров и услуг, который не имеет отношения к продвижению В. План действий по продвижению товаров и услуг, включающий выбор целевой аудитории, определение инструментов продвижения и оценку результатов С. План закупок и снабжения, не связанный с продвижением Д. План организации рабочего процесса 5. Что такое медиаплан и как он связан с маркетинговым продвижением? А. План рекламных расходов на различные рекламные каналы,	и глубокое знание материалов изученной дисциплины, умение свободно выполнять задания, предусмотренные программой, полностью ответивший на вопросы билета. <i>Оценка: 4</i> <i>Нижний порог выполнения задания в процентах: 60</i> <i>Описание характеристики выполнения знания:</i> Оценки «хорошо» заслуживает слушатель, обнаруживший полное знание материала изученной дисциплины, успешно выполнивший предусмотренные задания, продемонстрировавший систематический характер знаний по дисциплине, ответивший на все вопросы билета, но допустивший при этом не принципиальные ошибки. <i>Оценка: 2</i> <i>Нижний порог выполнения задания в процентах: 0</i> <i>Описание характеристики выполнения знания:</i> Оценка «неудовлетворительно» выставляется слушателю, обнаружившему серьезные пробелы в знаниях основного материала изученной дисциплины, допустившему принципиальные ошибки в выполнении заданий, не ответившему на все вопросы билета и дополнительные вопросы и неправильно выполнившему практическое задание.
--	--	---

	связанный с продвижением В. План медицинского обслуживания сотрудников компании С. План строительства медицинских центров Д. План технического обслуживания компьютеров в офисе 6. Какие новые технологии могут быть использованы в маркетинговом продвижении? А. Виртуальная и дополненная реальность, искусственный интеллект, big data аналитика В. Только телеграм-боты С. Только электронные письма Д. Только традиционные СМИ 7. Что такое SEO и как его использование может повлиять на маркетинговое продвижение? А. Продажа электроники В. Оптимизация сайта для поисковых систем, что может улучшить его позиции в поисковой выдаче и привлечь больше трафика С. Создание логотипов Д. Организация маркетинговых исследований 8. Что такое контент-маркетинг и как его использование может помочь в продвижении бренда? А. Массовая реклама В. Создание и распространение полезного и интересного контента для целевой аудитории с целью привлечения внимания и укрепления позиций бренда С. Организация прямых продаж Д. Проведение промо-акций 9. Что такое аналитика в маркетинге и как ее использование может повлиять на эффективность рекламной кампании?	
--	---	--

	А. Только сбор данных о количестве проданных товаров В. Анализ данных о поведении потребителей, конверсии, ROI, что позволяет оптимизировать рекламные кампании и улучшить результаты С. Анализ цветовой гаммы товаров Д. Определение общего числа клиентов компании 10. Какие метрики могут быть использованы для оценки эффективности маркетингового продвижения? А. Количество проданных товаров В. CR, CTR, ROI, LTV С. Цвет фирменного логотипа Д. Только общее количество посетителей сайта	
Основы интернет-брендинга	1 Согласны ли Вы с утверждением, что "бренд - это торговая марка продукта"?* согласен не согласен 2 Для какой категории населения, бренд товара является существенным критерием выбора?* для представителей тех их групп, которые имеют доход, превышающий как минимум в два раза расходы на удовлетворение простейших человеческих потребностей для всех групп населения для среднего класса для зажиточного населения для бедного класса 3 Какие из указанных значений не фигурируют в более позднем определении бренда по Котлеру?* потребность культура выгоды	Оценка: 5 Нижний порог выполнения задания в процентах: 70 Описание характеристики выполнения знания: Оценки «отлично» заслуживает слушатель, обнаруживший всестороннее, систематическое и глубокое знание материалов изученной дисциплины, умение свободно выполнять задания, предусмотренные программой, полностью ответивший на вопросы билета. Оценка: 4 Нижний порог выполнения задания в процентах: 60 Описание характеристики выполнения знания: Оценки «хорошо» заслуживает слушатель, обнаруживший полное знание материала изученной дисциплины, успешно выполнивший предусмотренные задания, продемонстрировавший систематический характер знаний по дисциплине, ответивший на все вопросы билета, но допустивший при этом не принципиальные ошибки.

	пользователь реклама образ индивидуальность ценности символ атрибуты узнаваемость 4 Какие из указанных определении брендинга в большей степени свойственно ранним этапам развития данного раздела маркетинга?* нечто, существующее исключительно в сознании любое имя, название, торговый знак, несущие с собой определенный смысл и ассоциации обозначения популярной и индивидуализированной торговой марки имя, термин, знак, символ или дизайн, или комбинация всего этого, предназначенные для идентификации товаров или услуг одного продавца или группы продавцов, а также отличия товаров или услуг от товаров или услуг конкурентов 5 В чем заключается существенное отличие представлений о брендинге Американской ассоциации маркетинга от представлении гильдии маркетологов России?* отсутствие акцентов на восприятии бренда покупателем отсутствие акцентов на визуализации бренда отсутствие акцентов на смысловой нагрузке бренда отсутствие акцентов на узнаваемости и индивидуализации бренда 6 Бренд — это зеркало «эго» потребителя и его собственных	<i>Оценка: 3</i> <i>Нижний порог выполнения задания в процентах: 50</i> <i>Описание характеристики выполнения знания: Оценки «удовлетворительно» заслуживает слушатель, обнаруживший знание материала изученной дисциплины в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии, справляющийся с выполнением заданий, допустивший погрешность в ответе на теоретические вопросы и/или при выполнении практических заданий, но обладающий необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя, либо неправильно выполнивший практическое задание, но по указанию преподавателя выполнивший другие практические задания из того же раздела дисциплины.</i> <i>Оценка: 2</i> <i>Нижний порог выполнения задания в процентах: 0</i> <i>Описание характеристики выполнения знания: Оценка «неудовлетворительно» выставляется слушателю, обнаружившему серьезные пробелы в знаниях основного материала изученной дисциплины, допустившему принципиальные ошибки в выполнении заданий, не ответившему на все вопросы билета и дополнительные вопросы и неправильно выполнившему практическое задание.</i>
--	--	---

	представлений о себе, за материальное воплощение которых и приобщение благодаря этому к желаемой социальной группе потребитель не просто платит, а переплачивает с удовольствием. Какое явление заложено в основу данного определения?* Социальная стратификация Различия в уровне дохода Пирамида Маслоу Социальное неравенство 7 Что является центральным элементом в системе брендовых кругов Котлера?* качество товара торговая марка потребительская ценность конкурентные преимущества визуализация бренда 8 Особенности товара (услуги), которые могут быть осознаны потребителем и которые придают новой торговой марке признаки уникальности(осознаваемой потребителем особой ценности продукта) - это* уникальное торговое предложение конкурентоспособное качество товара потребительская ценность конкурентное условие 9 Эффективное донесения до сведения покупателя с помощью рекламных коммуникаций важных особенностей продукта - это* уникальное торговое предложение конкурентоспособное качество товара потребительская ценность конкурентное условие образ продукта в осознании клиента	
--	---	--

	10 Если клиенту нравится графическая визуализация бренда продукта, это означает, что маркетологи эффективно владеют инструментами .. * семантики семиотики визуализации продвижения бренда 11 Специалисты какого направления изучают способы и возможности человека передавать с помощью слов разнообразную информацию?* семантики семиотики визуализации лингвистики 12 Ключевой фактор, дистанцирующий бренды друг от друга помимо внешнего облика:* совокупность ожиданий относительно бренда цветовая композиция известность бренда звучание тактильные особенности восприятия 13 Дайте определение понятия «бренд».* то же, что торговая марка обозначение, позволяющее отличать товары одних юридических и физических лиц от других среди аналоговых товаров, услуг, персоналий символическое обозначение информации о товаре или услуге через визуальное обозначение, логотип, иные визуальные элементы (символы, изображения) совокупность осознанных и неосознанных ожиданий, формируемых в сознании	
--	---	--

	потребителя при осмыслении сенсорного контакта (звук, цвет, изображение и т.д.) как целой символической единицы система торговых (товарных) знаков, отличающих товар определенного производителя 14 Выберите основополагающую составляющую бренда:* рекламная составляющая совокупность модных трендов и актуальных веяний, укрепившихся в потребительской среде имиджевый идеал, который и выражает бренд в своих ценностях описательные характеристики потребительского восприятия в настоящий момент совокупность эмоций, функциональных стереотипов, обещания исключительной индивидуальности и иной информации, с которыми у потребителя ассоциируется продукт под конкретной торговой маркой 15 Важнейшая идея дифференциации будущего бренда:* заведомо низкая цена по сравнению с конкурентами при активной рекламной кампании заведомо высокая цена, существенно превосходящая цену аналоговых продуктов или услуг функциональное превосходство над конкурентами уникальное торговое предложение эмоциональное превосходство над конкурентами 16 Основной признак, позволяющий выделить бренд из огромного числа существующих торговых марок:* гарантированное производителем	
--	---	--

	качество покупка не вызывает чувства сожаления о потраченных денежных средствах более высокая цена по сравнению с прочими торговыми марками той же категории присутствие торгового предложения, в конечном счете повышающего статус покупателя в собственных глазах и глазах окружающих название бренда идентично названию производителя 17 Выберите ошибочное утверждение:* бренд — это набор ценностей можно создать бренд для всех покупатели и потребители бренда не всегда идентичны по полу, возрасту, доходу физиологичность цвета используется в процессе создания визуального облика бренда бренд должен содержать уникальное торговое предложение	
Социологические методы в современном цифровом маркетинге	1. Что является объектом изучения социологических методов в исследованиях? А) Природа и животные В) Человек и его общество С) Растения и грибы D) Галактики и планеты 2. Какие методы социологии применяются для сбора данных? А) Опросы, наблюдения, эксперимент В) Прогнозирование погоды, рисование картин С) Плавание, катание на велосипеде, танцы D) Пение, фотографирование, кулинария 3. Что такое социологический	Оценка: 5 Нижний порог выполнения задания в процентах: 70 Описание характеристики выполнения знания: Оценки «отлично» заслуживает слушатель, обнаруживший всестороннее, систематическое и глубокое знание материалов изученной дисциплины, умение свободно выполнять задания, предусмотренные программой, полностью ответивший на вопросы билета. Оценка: 4 Нижний порог выполнения задания в процентах: 60 Описание характеристики выполнения знания: Оценки «хорошо» заслуживает слушатель, обнаруживший полное знание материала изученной дисциплины, успешно выполнивший предусмотренные задания,

	опрос? А) Мероприятие, объединяющее людей в социальных сетях В) Систематическое сбор информации с помощью заданных вопросов С) Мероприятие для обмена книгами Д) Поход в музей с целью изучения искусства 4. Какие задачи ставят перед собой социологические исследования? А) Поиграть в компьютерные игры В) Изучить и объяснить общественные явления, процессы и состояние общества С) Путешествовать по миру Д) Участвовать в международных конференциях 5. Что такое фокус-группа в социологических исследованиях? А) Группа музыкантов, играющих в музыкальном жанре фокус В) Группа людей, которые смотрят фокусы С) Групповое обсуждение товаров, услуг или идей под руководством модератора Д) Группа детей, снимающихся в кино 6. Какие принципы выделяются в социологических методах исследований? А) Обман и фальсификация В) Непредвзятость, объективность, систематичность, репрезентативность С) Ложь и предвзятость Д) Политическая агитация и пропаганда	продемонстрировавший систематический характер знаний по дисциплине, ответивший на все вопросы билета, но допустивший при этом непринципиальные ошибки. <i>Оценка: 3</i> <i>Нижний порог выполнения задания в процентах: 50</i> <i>Описание характеристики выполнения знания: Оценки «удовлетворительно» заслуживает слушатель, обнаруживший знание материала изученной дисциплины в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии, справляющийся с выполнением заданий, допустивший погрешность в ответе на теоретические вопросы и/или при выполнении практических заданий, но обладающий необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя, либо неправильно выполнивший практическое задание, но по указанию преподавателя выполнивший другие практические задания из того же раздела дисциплины.</i> <i>Оценка: 2</i> <i>Нижний порог выполнения задания в процентах: 0</i> <i>Описание характеристики выполнения знания: Оценка «неудовлетворительно» выставляется слушателю, обнаружившему серьезные пробелы в знаниях основного материала изученной дисциплины, допустившему принципиальные ошибки в выполнении заданий, не ответившему на все вопросы билета и дополнительные вопросы и неправильно выполнившему практическое задание.</i>
--	--	---

	7. Какие данные могут быть использованы в социологических исследованиях? А) Рецепты приготовления блюд В) Данные о расовой принадлежности С) Демографические, социально-экономические, поведенческие и другие Д) Ноты музыкальных произведений 8. Что такое социограмма в социологических исследованиях? А) Социальная программа для поддержки нуждающихся В) Графическое изображение отношений и взаимосвязей между участниками группы С) Заповедник для защиты диких животных Д) Брошюра с акциями и скидками 9. Для чего проводятся социологические исследования? А) Для участия в спортивных состязаниях В) Для популяризации искусства С) Для объективного анализа общественных явлений и процессов Д) Для развлечения участников 10. Какой метод является основным для социологических исследований? А) Медитация В) Эксперимент С) Анализ космических явлений Д) Наблюдение	
Каналы продвижения в цифровом маркетинге	1. Что такое SEO в диджитал-маркетинге? А) Социальные сети онлайн В) Поисковая оптимизация	Оценка: 5 Нижний порог выполнения задания в процентах: 70 Описание характеристики

	C) Электронная почта D) Баннерная реклама 2. Какие каналы продвижения входят в SMM? A) Поиск по ключевым словам B) Контекстная реклама C) Ретаргетинг D) Работа с социальными сетями 3. Что такое таргетированная реклама? A) Реклама, нацеленная только на детей B) Реклама, размещаемая на всех доступных площадках интернета C) Реклама, ориентированная на определенную аудиторию D) Реклама, которая не имеет целевой аудитории 4. Что представляет собой контекстная реклама? A) Реклама, размещаемая в рамках определенного контекста на сайтах, соответствующих тематике рекламы B) Реклама со звуковыми эффектами C) Реклама, показывающая только по вечерам D) Показывает случайную рекламу 5. Что такое CPA в цифровом маркетинге? A) Стоимость одного баннера B) Стоимость 1000 показов C) Стоимость клика по объявлению D) Оплата за действие 6. Что такое конверсия в интернет-маркетинге? A) Программа для создания презентаций B) Одежда для тенниса	<i>выполнения знания:</i> Оценки «отлично» заслуживает слушатель, обнаруживший всестороннее, систематическое и глубокое знание материалов изученной дисциплины, умение свободно выполнять задания, предусмотренные программой, полностью ответивший на вопросы билета. <i>Оценка:</i> 4 <i>Нижний порог выполнения задания в процентах:</i> 60 <i>Описание характеристики выполнения знания:</i> Оценки «хорошо» заслуживает слушатель, обнаруживший полное знание материала изученной дисциплины, успешно выполнивший предусмотренные задания, продемонстрировавший систематический характер знаний по дисциплине, ответивший на все вопросы билета, но допустивший при этом не принципиальные ошибки. <i>Оценка:</i> 3 <i>Нижний порог выполнения задания в процентах:</i> 50 <i>Описание характеристики выполнения знания:</i> Оценки «удовлетворительно» заслуживает слушатель, обнаруживший знание материала изученной дисциплины в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии, справляющийся с выполнением заданий, допустивший погрешность в ответе на теоретические вопросы и/или при выполнении практических заданий, но обладающий необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя, либо неправильно выполнивший практическое задание, но по указанию преподавателя выполнивший другие практические задания из того же раздела дисциплины. <i>Оценка:</i> 2 <i>Нижний порог выполнения задания в процентах:</i> 0 <i>Описание характеристики</i>
--	--	---

	С) Превращение посетителя сайта в действующего клиента или потенциального клиента Д) Технический показатель скорости загрузки сайта 7. Какая цель у PR-компаний в диджитал-маркетинге? А) Увеличить количество проданных товаров В) Улучшить отношения с сотрудниками компании С) Создание и поддержание публичного имиджа Д) Увеличить лояльность обычных пользователей 8. Что означает аудитория в каналах продвижения в цифровом маркетинге? А) Группа людей, которые посещают магазин в одно и то же время В) Все посетители сайта С) Целевая аудитория, на которую направлены маркетинговые усилия Д) Администраторы веб-ресурса 9. Что такое медийная реклама? А) Реклама в медийных источниках (ТВ, радио, газеты и журналы) В) Интернет-реклама С) Реклама, размещаемая на человеческом теле Д) Автоматизированная реклама с помощью искусственного интеллекта 10. Что представляет собой аналитика в цифровом маркетинге? А) Оценка качества товаров В) Изучение реакции аудитории на рекламу и контент С) Сбор информации о конкурентах Д) Анализ организационной	<i>выполнения знания:</i> Оценка «неудовлетворительно» выставляется слушателю, обнаружившему серьезные пробелы в знаниях основного материала изученной дисциплины, допустившему принципиальные ошибки в выполнении заданий, не ответившему на все вопросы билета и дополнительные вопросы и неправильно выполнившему практическое задание.
--	---	---

	структуры предприятия	
Цифровые инструменты в маркетинге и рекламе	1. Что такое CRM-системы в маркетинге? А) Компьютерные игры для маркетологов В) Системы управления взаимоотношениями с клиентами С) Системы шифрования данных Д) Системы организации маркетинговых мероприятий 2. Что такое электронная рассылка в маркетинге? А) Онлайн-обучение для маркетологов В) Отправка информационных материалов по электронной почте С) Регистрация пользователей на сайте Д) Создание сайтов 3. Что представляет собой SMM в маркетинге? А) Стратегия маркетинга в социальных научных областях В) Маркетинг на рынке ценных бумаг и финансов С) Маркетинг в социальных медиа Д) Маркетинг в сегменте становления 4. Что такое таргетированная реклама в маркетинге? А) Общедоступная реклама В) Реклама, нацеленная на конкретную аудиторию С) Реклама менее 18+ Д) Реклама, нацеленная на старшее поколение 5. Что представляет собой медийная реклама в маркетинге? А) Реклама в ТВ-передачах и радиоэфирах В) Реклама печатного издания С) Онлайн-реклама Д) Реклама на уличных щитах	<i>Оценка: 5</i> <i>Нижний порог выполнения задания в процентах: 70</i> <i>Описание характеристики выполнения знания:</i> Оценки «отлично» заслуживает слушатель, обнаруживший всестороннее, систематическое и глубокое знание материалов изученной дисциплины, умение свободно выполнять задания, предусмотренные программой, полностью ответивший на вопросы билета. <i>Оценка: 4</i> <i>Нижний порог выполнения задания в процентах: 60</i> <i>Описание характеристики выполнения знания:</i> Оценки «хорошо» заслуживает слушатель, обнаруживший полное знание материала изученной дисциплины, успешно выполнивший предусмотренные задания, продемонстрировавший систематический характер знаний по дисциплине, ответивший на все вопросы билета, но допустивший при этом не принципиальные ошибки. <i>Оценка: 3</i> <i>Нижний порог выполнения задания в процентах: 50</i> <i>Описание характеристики выполнения знания:</i> Оценки «удовлетворительно» заслуживает слушатель, обнаруживший знание материала изученной дисциплины в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии, справляющийся с выполнением заданий, допустивший погрешность в ответе на теоретические вопросы и/или при выполнении практических заданий, но обладающий необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя, либо неправильно выполнивший практическое задание, но по указанию преподавателя

	6. Что такое аудитория в маркетинге? А) Световой поток на сайте В) Целевая группа лиц, которую пытается достичь маркетолог С) Автоматизированный алгоритм Д) Ассоциация маркетологов 7. Что означает CPC в маркетинге? А) Стоимость клика В) Количество клиентов С) Стоимость указанных продуктов Д) Стоимость печатного материала 8. Что такое конверсия на сайте в маркетинге? А) Переход пользователя на другой сайт В) Продажа товара С) Действие пользователя, которое соответствует поставленной цели Д) Обратная связь от пользователей 9. Что означает KPI в маркетинге? А) Ключевые позиции информации В) Ключевые производственные индикаторы С) Ключевые показатели эффективности Д) Постоянные инновации 10. Что такое аналитика в маркетинге? А) Анализ экономической ситуации В) Разработка аналитических статей С) Изучение данных и выводы на их основе для принятия маркетинговых решений Д) Проведение рейтинговых исследований.	выполнивший другие практические задания из того же раздела дисциплины. <i>Оценка: 2</i> <i>Нижний порог выполнения задания в процентах: 0</i> <i>Описание характеристики выполнения знания: Оценка «неудовлетворительно» выставляется слушателю, обнаружившему серьезные пробелы в знаниях основного материала изученной дисциплины, допустившему принципиальные ошибки в выполнении заданий, не ответившему на все вопросы билета и дополнительные вопросы и неправильно выполнившему практическое задание.</i>
--	---	--

Итоговая аттестация

Итоговая аттестация по программе проводится в форме *итоговой аттестационной работы*. Характеристика заданий представлена в табл. 3.

Таблица 3

Характеристика заданий итоговой аттестации

Вид контроля	Краткая характеристика задания	Критерии оценки
Итоговая аттестация	Итоговая аттестация заключается в разработке маркетинговой стратегии компании с использованием цифровых инструментов, включает следующие элементы: 1. Анализ текущего положения компании: изучение рыночной среды, анализ конкурентов, определение целевой аудитории, оценка имеющихся ресурсов. Анализ целевой аудитории осуществляется с использованием аналитических инструментов цифрового маркетинга и цифровой социологии. 2. Определение маркетинговых целей: сформулировать четкие, измеримые и достижимые цели, которые компания хочет достичь с помощью цифрового маркетинга. 3. Выбор цифровых инструментов: определить наиболее подходящие инструменты цифрового маркетинга для достижения поставленных целей (например, социальные сети, контент-маркетинг, поисковая оптимизация, контекстная реклама и др.). На данном этапе должны быть разработаны макеты/шаблоны/фреймы применяемых цифровых инструментов. 4. Разработка стратегии использования цифровых инструментов: определение конкретных действий по каждому	<i>Оценка: 5</i> <i>Нижний порог выполнения задания в процентах: 70</i> <i>Описание характеристики выполнения знания:</i> Оценки «отлично» заслуживает слушатель, обнаруживший всестороннее, систематическое и глубокое знание материалов изученной дисциплины, умение свободно выполнять задания, предусмотренные программой, полностью ответивший на вопросы билета. <i>Оценка: 4</i> <i>Нижний порог выполнения задания в процентах: 60</i> <i>Описание характеристики выполнения знания:</i> Оценки «хорошо» заслуживает слушатель, обнаруживший полное знание материала изученной дисциплины, успешно выполнивший предусмотренные задания, продемонстрировавший систематический характер знаний по дисциплине, ответивший на все вопросы билета, но допустивший при этом непринципиальные ошибки. <i>Оценка: 3</i> <i>Нижний порог выполнения задания в процентах: 50</i> <i>Описание характеристики выполнения знания:</i> Оценки «удовлетворительно» заслуживает слушатель, обнаруживший знание материала изученной дисциплины в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии, справляющийся с выполнением заданий, допустивший погрешность в ответе на теоретические

	инструменту, создание плана маркетинговых кампаний и распределение бюджета. 5. Мониторинг и анализ результатов: установление системы отслеживания результатов маркетинговых кампаний, анализ полученных данных, корректировка стратегии в зависимости от результатов. 6. Оценка эффективности: измерение достигнутых результатов по маркетинговым целям, оценка возврата инвестиций в маркетинг и обоснование дальнейших шагов. Работа выполняется в проектных группах по 4-5 человек. Слушатели самостоятельно выбирают компанию, по которой будет писать итоговую работу, согласовывают с руководителем программы. Стратегия может разрабатываться для действующей организации или бизнес-плана, рассматриваемого в рамках выполнения работы.	вопросы и/или при выполнении практических заданий, но обладающий необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя, либо неправильно выполнивший практическое задание, но по указанию преподавателя выполнивший другие практические задания из того же раздела дисциплины. <i>Оценка: 2</i> <i>Нижний порог выполнения задания в процентах: 0</i> <i>Описание характеристики выполнения знания:</i> Оценка «неудовлетворительно» выставляется слушателю, обнаружившему серьезные пробелы в знаниях основного материала изученной дисциплины, допустившему принципиальные ошибки в выполнении заданий, не ответившему на все вопросы билета и дополнительные вопросы и неправильно выполнившему практическое задание.
--	--	---

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. А. А. Романов, В. П. Басенко, Б. М. Жуков- "Маркетинг", (3-е изд., стер.), Издательство: "Дашков и К°", Москва, 2021 - (440 с.)

<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=621688>;

2. Абаева А. Л.,Алексунина В. А.,Гуриевой М. Т.- "Маркетинг в отраслях и сферах деятельности", Издательство: "Дашков и К", Москва, 2021 - (433 с.)

<https://e.lanbook.com/book/229427>;

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

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

4. 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>;

5. А. П. Гудель- "Разработка стратегии развития бренда «Сухогруз»", Издательство: "б.и.", Москва, 2021 - (111 с.)

<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=690406>;

6. Д. А. Шевченко, Е. В. Пономарева- "Управление брендом", Издательство: "Директ-Медиа", Москва, 2022 - (291 с.)

<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=694021>;

7. К. А. Санникова- "Разработка программы продвижения услуг ООО «ИнтерпартнерСервис» с использованием digital-маркетинга", Издательство: "б.и.", Ижевск, 2019 - (125 с.)

<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=596953>;

8. Москалев М. В., Москалев С. М., Виноградова Т. Г.- "Современные концепции и технологии маркетинга", Издательство: "СПбГАУ", Санкт-Петербург, 2018 - (100 с.)

<https://e.lanbook.com/book/162894>.

в) используемые ЭБС:

Не предусмотрено

Руководитель
ОДПО, ЦДО ОО

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Кнутова А.Н.
	Идентификатор	Rd17ac9bb-KnutovaAN-27b4bb68

А.Н. Кнутова

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