

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**
Интернет-маркетинг

Код модуля
1143092(2)

Модуль
Международный маркетинг

Екатеринбург

Оценочные материалы составлены автором(ами):

№ п/п	Фамилия, имя, отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Мокерова Юлия Викторовна	кандидат социологических наук, без ученого звания	Доцент	интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга

Согласовано:

Управление образовательных программ

И.Ю. Русакова

Авторы:

- Мокерова Юлия Викторовна, Доцент, интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга

1. СТРУКТУРА И ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ Интернет-маркетинг

1.	Объем дисциплины в зачетных единицах	3	
2.	Виды аудиторных занятий	Лекции Практические/семинарские занятия	
3.	Промежуточная аттестация	Зачет	
4.	Текущая аттестация	Домашняя работа	2

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ (ИНДИКАТОРЫ) ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ Интернет-маркетинг

Индикатор – это признак / сигнал/ маркер, который показывает, на каком уровне обучающийся должен освоить результаты обучения и их предъявление должно подтвердить факт освоения предметного содержания данной дисциплины, указанного в табл. 1.3 РПМ-РПД.

Таблица 1

Код и наименование компетенции	Планируемые результаты обучения (индикаторы)	Контрольно-оценочные средства для оценивания достижения результата обучения по дисциплине
1	2	3
ПК-7 -Способен к поиску инновационных идей при проектировании, разработке, экспертизе и рекламе новых товаров и услуг, к оценке прогнозируемой и реальной конкурентоспособности товаров и организаций, ее обеспечению, к прогнозированию и проектированию ассортимента товаров, готовность к проектированию и разработке бренд-технологий	У-1 - Уметь осуществлять поиск инновационных идей при проектировании, разработке, экспертизе и рекламе новых товаров и услуг, к оценке прогнозируемой и реальной конкурентоспособности товаров и организаций, ее обеспечению, к прогнозированию и проектированию ассортимента товаров, готовность к проектированию и разработке бренд-технологий	Домашняя работа № 1 Домашняя работа № 2 Зачет Лекции Практические/семинарские занятия

(Международная торговля и предпринимательство)		
ПК-7 -Способен к поиску инновационных идей при проектировании, разработке, экспертизе и рекламе новых товаров и услуг, к оценке прогнозируемой и реальной конкурентоспособности товаров и организаций, ее обеспечению, к прогнозированию и проектированию ассортимента товаров, готовность к проектированию и разработке бренд-технологий (Управление международными торговыми и логистическими связями регионов)	У-1 - Уметь осуществлять поиск инновационных идей при проектировании, разработке, экспертизе и рекламе новых товаров и услуг, к оценке прогнозируемой и реальной конкурентоспособности товаров и организаций, ее обеспечению, к прогнозированию и проектированию ассортимента товаров, готовность к проектированию и разработке бренд-технологий	Домашняя работа № 1 Домашняя работа № 2 Зачет Лекции Практические/семинарские занятия
ПК-13 -Способен к исследованию прогрессивных направлений развития деятельности в области коммерции, и (или) маркетинга, и (или) рекламы, и (или) логистики (Управление международными торговыми и логистическими связями регионов)	З-1 - Знать прогрессивные направления развития предпринимательской деятельности в области коммерции, и (или) маркетинга, и (или) рекламы, и (или) логистики П-1 - Владеть навыками исследования прогрессивных направлений развития предпринимательской деятельности в области коммерции, и (или) маркетинга, и (или) рекламы, и (или) логистики У-1 - Уметь исследовать прогрессивные направления развития предпринимательской деятельности в области коммерции, и (или) маркетинга, и (или) рекламы, и (или) логистики	Домашняя работа № 1 Домашняя работа № 2 Зачет Лекции Практические/семинарские занятия

ПК-21 -Способен планировать мероприятия на стратегическом и оперативном уровнях на основе анализа международных и отечественных тенденций развития цифровой логистики (Управление международными торговыми и логистическими связями регионов)	П-1 - Владеть навыками планирования мероприятия на стратегическом и оперативном уровнях на основе анализа международных и отечественных тенденций развития цифровой логистики У-1 - Уметь планировать мероприятия на стратегическом и оперативном уровнях на основе анализа международных и отечественных тенденций развития цифровой логистики	Домашняя работа № 1 Домашняя работа № 2 Зачет Лекции Практические/семинарские занятия
ПК-22 -Внедрять электронный документооборот при торговых и логистических операциях. (Управление международными торговыми и логистическими связями регионов)	П-1 - Владеть навыками внедрения электронного документооборота при торговых и логистических операциях У-1 - Уметь внедрять электронный документооборот при торговых и логистических операциях	Домашняя работа № 1 Домашняя работа № 2 Зачет Лекции Практические/семинарские занятия

3. ПРОЦЕДУРЫ КОНТРОЛЯ И ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ В РАМКАХ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ В БАЛЬНО-РЕЙТИНГОВОЙ СИСТЕМЕ (ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА БРС)

3.1. Процедуры текущей и промежуточной аттестации по дисциплине

1. Лекции: коэффициент значимости совокупных результатов лекционных занятий – 0.4		
Текущая аттестация на лекциях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
<i>домашняя работа 1</i>	18	100
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лекциям – 1		
Промежуточная аттестация по лекциям – нет		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по лекциям – не предусмотрено		
2. Практические/семинарские занятия: коэффициент значимости совокупных результатов практических/семинарских занятий – 0.6		
Текущая аттестация на практических/семинарских занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах

<i>домашняя работа 2</i>		18	100
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по практическим/семинарским занятиям– 0.4			
Промежуточная аттестация по практическим/семинарским занятиям– зачет Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по практическим/семинарским занятиям– 0.6			
3. Лабораторные занятия: коэффициент значимости совокупных результатов лабораторных занятий –не предусмотрено			
Текущая аттестация на лабораторных занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах	
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лабораторным занятиям - не предусмотрено			
Промежуточная аттестация по лабораторным занятиям – нет Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по лабораторным занятиям – не предусмотрено			
4. Онлайн-занятия: коэффициент значимости совокупных результатов онлайн-занятий –не предусмотрено			
Текущая аттестация на онлайн-занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах	
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по онлайн-занятиям - не предусмотрено			
Промежуточная аттестация по онлайн-занятиям – нет Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по онлайн-занятиям – не предусмотрено			

3.2. Процедуры текущей и промежуточной аттестации курсовой работы/проекта

Текущая аттестация выполнения курсовой работы/проекта	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
Весовой коэффициент текущей аттестации выполнения курсовой работы/проекта– не предусмотрено		
Весовой коэффициент промежуточной аттестации выполнения курсовой работы/проекта– защиты – не предусмотрено		

4. КРИТЕРИИ И УРОВНИ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ

4.1. В рамках БРС применяются утвержденные на кафедре/институте критерии (признаки) оценивания достижений студентов по дисциплине модуля (табл. 4) в рамках контрольно-оценочных мероприятий на соответствие указанным в табл.1 результатам обучения (индикаторам).

Таблица 4

Критерии оценивания учебных достижений обучающихся

Результаты обучения	Критерии оценивания учебных достижений, обучающихся на соответствие результатам обучения/индикаторам
Знания	Студент демонстрирует знания и понимание в области изучения на уровне указанных индикаторов и необходимые для продолжения обучения и/или выполнения трудовых функций и действий, связанных с профессиональной деятельностью.
Умения	Студент может применять свои знания и понимание в контекстах, представленных в оценочных заданиях, демонстрирует освоение умений на уровне указанных индикаторов и необходимых для продолжения обучения и/или выполнения трудовых функций и действий, связанных с профессиональной деятельностью.
Опыт /владение	Студент демонстрирует опыт в области изучения на уровне указанных индикаторов.
Другие результаты	Студент демонстрирует ответственность в освоении результатов обучения на уровне запланированных индикаторов. Студент способен выносить суждения, делать оценки и формулировать выводы в области изучения. Студент может сообщать преподавателю и коллегам своего уровня собственное понимание и умения в области изучения.

4.2 Для оценивания уровня выполнения критериев (уровня достижений обучающихся при проведении контрольно-оценочных мероприятий по дисциплине модуля) используется универсальная шкала (табл. 5).

Таблица 5

Шкала оценивания достижения результатов обучения (индикаторов) по уровням

Характеристика уровней достижения результатов обучения (индикаторов)				
№ п/п	Содержание уровня выполнения критерия оценивания результатов обучения (выполненное оценочное задание)	Шкала оценивания		
		Традиционная характеристика уровня		Качественная характеристика уровня
1.	Результаты обучения (индикаторы) достигнуты в полном объеме, замечаний нет	Отлично (80-100 баллов)	Зачтено	Высокий (В)
2.	Результаты обучения (индикаторы) в целом достигнуты, имеются замечания, которые не требуют обязательного устранения	Хорошо (60-79 баллов)		Средний (С)
3.	Результаты обучения (индикаторы) достигнуты не в полной мере, есть замечания	Удовлетворительно (40-59 баллов)		Пороговый (П)
4.	Освоение результатов обучения не соответствует индикаторам, имеются существенные ошибки и замечания, требуется доработка	Неудовлетворительно (менее 40 баллов)	Не зачтено	Недостаточный (Н)

5.	Результат обучения не достигнут, задание не выполнено	Недостаточно свидетельств для оценивания	Нет результата
----	-------------------------------------------------------	------------------------------------------	----------------

5. СОДЕРЖАНИЕ КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ

5.1. Описание аудиторных контрольно-оценочных мероприятий по дисциплине модуля

5.1.1. Лекции

Самостоятельное изучение теоретического материала по темам/разделам лекций в соответствии с содержанием дисциплины (п. 1.2. РПД)

5.1.2. Практические/семинарские занятия

Примерный перечень тем

1. Построение стратегии продвижения в интернет-пространстве: анализ целевой аудитории, конкурентов, позиционирование

2. Принципы омниканальности в интернет-коммуникации

3. SEO: принципы, основные инструменты и направления работы по поисковой оптимизации

4. SMM: аудит, планирование и комьюнити-менджмент

5. Цифровой PR: работа с инфоповодами в цифровой среде

6. Контент-маркетинг e-mail - маркетинга

7. Веб-аналитика и юзабилити

8. Маркетинговые исследования в сети: методы, направления

9. Цифровая реклама: виды, настройка и бюджетирование

Примерные задания

1. Определите целевую аудиторию сообщества соответственно пользовательских задач.

2. Опишите основные типы контента, которые присутствуют в разных SM компании, их соответствие/различия

3. Выявите наиболее популярные темы, которые вызывают больший интерес у подписчиков разных SM.

4. Оцените уровень взаимодействия администрации сообщества с участниками и уровень вовлеченности подписчиков - лайки, шеринг, репосты/обратная связь, интерактивы, обновления и т.п.

5. Оцените степень уникальности контента в сообществе, наличие собственных идей контента.

6. Сделайте выводы относительно соответствия контента сообщества интересам целевой аудитории.

7. Проведите анализ причин дифференциации и различий поведения компании и ее подписчикd в разных SM

- Сделайте оценку наиболее эффективных решений. предложите рекомендации по совершенствованию SMM-направления для выбранной компании/сообщества

LMS-платформа – не предусмотрена

5.2. Описание внеаудиторных контрольно-оценочных мероприятий и средств текущего контроля по дисциплине модуля

Разноуровневое (дифференцированное) обучение.

Базовый

5.2.1. Домашняя работа № 1

Примерный перечень тем

1. Аудит активности компании в SM

Примерные задания

Выберите компанию/личный блог/сообщество, представленные в доступных SM.

- Проведите поиск всех аккаунтов компании/сообщества во разных SM

- Проведите анализ по следующим направлениям:

1. Определите целевую аудиторию сообщества соответственно пользовательских задач.

2. Опишите основные типы контента, которые присутствуют в разных SM компании,

их соответствие/различия

3. Выявите наиболее популярные темы, которые вызывают больший интерес у подписчиков разных SM.

4. Оцените уровень взаимодействия администрации сообщества с участниками и уровень вовлеченности подписчиков - лайки, шеринг, репосты/обратная связь, интерактивы, обновления и т.п.

5. Оцените степень уникальности контента в сообществе, наличие собственных идей контента.

6. Сделайте выводы относительно соответствия контента сообщества интересам целевой аудитории.

7. Проведите анализ причин дифференциации и различий поведения компании и ее подписчиков в разных SM

- Сделайте оценку наиболее эффективных решений. предложите рекомендации по совершенствованию SMM-направления для выбранной компании/сообщества

LMS-платформа – не предусмотрена

5.2.2. Домашняя работа № 2

Примерный перечень тем

1. Стратегия продвижения в Интернете. Разработка контента

Примерные задания

Выберите один активный интернет-ресурс (сайт, блог, аккаунт в социальной сети) компании/сообщества/интернет-проекта (или выберите один из предложенных готовых кейсов).

- Сформулируйте цели и задачи сайта/ресурса выбранного проекта/компании/сообщества. - Определите ЦА и возможные сегменты.

- На основании данных целей предложите идеи развития контента данного ресурса

- Сформулируйте текст рекламного объявления для продвижения блога в поисковых ресурсах на основе подобранных ключевых слов

- Проанализируйте структуру ресурса и предложите варианты оптимизации

LMS-платформа – не предусмотрена

5.3. Описание контрольно-оценочных мероприятий промежуточного контроля по дисциплине модуля

5.3.1. Зачет

Список примерных вопросов

1. Интернет-маркетинг: основные понятия и концепции
2. Место ИМ в деятельности современной компании
3. Принципы этичного маркетинга в Сети
4. Аудитория Интернет: структура, особенности поведения, типология
5. Каналы цифрового маркетинга
6. Разработка стратегии Digital маркетинга. Поиск свободных ниш
7. Актуальные тренды и перспективы цифрового маркетинга
8. Понятие продукта в ИМ
9. Методы ценообразования в интернете
10. Продвижение сайта компании в Интернете
11. Сущность поисковой оптимизации (SEO) и поискового маркетинга (SEM).

Алгоритм работы поисковой системы

12. Контент-маркетинг, маркетинг влияния (influencer marketing).
13. Контекстная реклама
14. SMM
15. Интернет-реклама: виды, принципы организации
16. Методы стимулирования сбыта в сети интернет
17. Веб-аналитика как инструмент повышения эффективности ИМ
18. Маркетинговые исследования в сети Интернет
19. E-mail маркетинг. Технология осуществления рассылки. Тенденции современного

E-mail маркетинга

20. Способы продвижения и инструменты оценки эффективности
 21. Вирусный маркетинг в Интернете
 22. Управление продажами в Интернете и роль маркетинга
- LMS-платформа – не предусмотрена

5.4 Содержание контрольно-оценочных мероприятий по направлениям воспитательной деятельности

Направления воспитательной деятельности сопрягаются со всеми результатами обучения компетенций по образовательной программе, их освоение обеспечивается содержанием всех дисциплин модулей.