

ПРИЛОЖЕНИЕ А
ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ «Интернет-маркетинг (digital marketing)»

1. Перечень оценочных средств для компетенций, формируемых в результате освоения дисциплины

Код контролируемой компетенции	Способ оценивания	Оценочное средство
ПК-8: Способен участвовать в подготовке и проведении мероприятий маркетинговой, коммерческой, инвестиционной и иных видов политики организации в сфере внешней торговли и международного бизнеса	Зачет	Комплект контролирующих материалов для зачета

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания

Оцениваемые компетенции представлены в разделе «Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций» рабочей программы дисциплины «Интернет-маркетинг (digital marketing)».

При оценивании сформированности компетенций по дисциплине «Интернет-маркетинг (digital marketing)» используется 100-балльная шкала.

Критерий	Оценка по 100-балльной шкале	Оценка по традиционной шкале
Студент освоил изучаемый материал, выполняет задания в соответствии с индикаторами достижения компетенций, может допускать отдельные ошибки.	25-100	<i>Зачтено</i>
Студент не освоил основное содержание изученного материала, задания в соответствии с индикаторами достижения компетенций не выполнены или выполнены неверно.	0-24	<i>Не зачтено</i>

3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки уровня достижения компетенций в соответствии с индикаторами

1.Задание на проверку способности описать методику оценки результативности распространения на внешних рынках рекламной информации о продукции организации в зависимости от каналов распространения

Компетенция	Индикатор достижения компетенции
ПК-8 Способен участвовать в подготовке и проведении мероприятий маркетинговой, коммерческой, инвестиционной и иных видов политики организации в сфере внешней торговли и международного бизнеса	ПК-8.1 Описывает методики оценки результативности распространения на внешних рынках рекламной информации о продукции организации в зависимости от каналов распространения

Что собой представляет таргетированная и контекстная реклама? В чем особенности разработки таргетированной и контекстной рекламной кампании в системах Яндекс.Директ и Google Adwords.

Как оценить результативность продвижения нового товара (услуги) и распространения рекламной информации посредством таргетированной и контекстной рекламной кампании?

2.Задание на проверку способности описать методику оценки результативности распространения на внешних рынках рекламной информации о продукции организации в зависимости от каналов распространения

Компетенция	Индикатор достижения компетенции
ПК-8 Способен участвовать в подготовке и проведении мероприятий маркетинговой, коммерческой, инвестиционной и иных видов политики организации в сфере внешней торговли и международного бизнеса	ПК-8.1 Описывает методики оценки результативности распространения на внешних рынках рекламной информации о продукции организации в зависимости от каналов распространения

Какие показатели и инструменты позволяют проводить анализ эффективности продвижения сайта в поисковых системах?

3.Задание на проверку способности описать методику оценки результативности распространения на внешних рынках рекламной информации о продукции организации в зависимости от каналов распространения

Компетенция	Индикатор достижения компетенции
ПК-8 Способен участвовать в подготовке и проведении мероприятий маркетинговой, коммерческой, инвестиционной и иных видов политики организации в сфере внешней торговли и международного бизнеса	ПК-8.1 Описывает методики оценки результативности распространения на внешних рынках рекламной информации о продукции организации в зависимости от каналов распространения

Практическая работа на тему: «Сбор и анализ первичной маркетинговой информации по заданным критериям, например, исследование потребности в доставке готовых блюд из ресторана/кафе методом онлайн-анкетирования»

4.Задание на проверку способности описать методику оценки результативности распространения на внешних рынках рекламной информации о продукции организации в зависимости от каналов распространения

Компетенция	Индикатор достижения компетенции
ПК-8 Способен участвовать в подготовке и проведении мероприятий маркетинговой, коммерческой, инвестиционной и иных видов политики организации в сфере внешней торговли и международного бизнеса	ПК-8.1 Описывает методики оценки результативности распространения на внешних рынках рекламной информации о продукции организации в зависимости от каналов распространения

Перечислите основные подходы, методы, алгоритмы и инструменты оценки эффективности маркетинговой деятельности предприятий в глобальной сети.

5.Задание на проверку способности осуществлять поиск и анализ информации о потенциальных партнерах на внешних рынках по заданным критериям

Компетенция	Индикатор достижения компетенции
ПК-8 Способен участвовать в подготовке и проведении мероприятий маркетинговой, коммерческой, инвестиционной и иных видов политики организации в сфере внешней торговли и международного бизнеса	ПК-8.2 Осуществляет поиск и анализ информации о потенциальных партнерах на внешних рынках по заданным критериям

Проектное задание: «Разработка уникального торгового предложения (УТП) нового товара. Продвижение нового товара (услуги) с применением современных маркетинговых инструментов».

Формулировка методики оценки результативности продвижения нового товара (услуги) и распространения рекламной информации

6.Задание на проверку способности осуществлять поиск и анализ информации о потенциальных партнерах на внешних рынках по заданным критериям

Компетенция	Индикатор достижения компетенции
ПК-8 Способен участвовать в подготовке и проведении мероприятий маркетинговой, коммерческой, инвестиционной и иных видов политики организации в сфере внешней торговли и международного бизнеса	ПК-8.2 Осуществляет поиск и анализ информации о потенциальных партнерах на внешних рынках по заданным критериям

В чем преимущества, недостатки и цели применения поискового маркетинга? Назовите этапы внешней и внутренней поисковой оптимизации и продвижения сайта в Интернете.

7.Задание на проверку способности осуществлять поиск и анализ информации о потенциальных партнерах на внешних рынках по заданным критериям

Компетенция	Индикатор достижения компетенции
ПК-8 Способен участвовать в подготовке и проведении мероприятий маркетинговой, коммерческой, инвестиционной и иных видов политики организации в сфере внешней торговли и международного бизнеса	ПК-8.2 Осуществляет поиск и анализ информации о потенциальных партнерах на внешних рынках по заданным критериям

Составьте выборку поисковых терминов для компании, производителя швейной фурнитуры. Назовите сервисы поисковой статистики.

4. Файл и/или БТЗ с полным комплектом оценочных материалов прилагается.