

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Тюлегенова Раиса Амиржановна  
Должность: Директор  
Дата подписания: 21.06.2023 13:23:03  
Уникальный программный ключ:  
125b8acc44c5368c45bd8abf3dc3ced4a4eed0728486e186c5ae8883499347

МИНСТРОНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)  
Костанайский филиал  
Кафедра социально-гуманитарных и естественнонаучных дисциплин  
Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Интернет-маркетинг в бизнесе» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Управление малым бизнесом» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент

Версия документа - 1	стр. 1 из 17	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____
----------------------	--------------	------------------------	---------------



**УТВЕРЖДАЮ**

Директор Костанайского филиала  
ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

\_\_\_\_\_/ Тюлегенова Р.А.

«26» августа 2021 г.

**Фонд оценочных средств  
для рубежного контроля**

по дисциплине (модулю)  
**Интернет-маркетинг в бизнесе**

Направление подготовки (специальность)  
**38.03.02 Менеджмент**

Направленность (профиль)  
**Управление малым бизнесом**

Присваиваемая квалификация (степень)  
**Бакалавр**

Форма обучения  
**Очная**

Год набора 2020

Костанай 2021



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)  
Костанайский филиал  
Кафедра социально-гуманитарных и естественнонаучных дисциплин

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Интернет-маркетинг в бизнесе» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Управление малым бизнесом» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент

Версия документа - 1

стр. 2 из 17

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

### **Фонд оценочных средств принят**

Учёным советом Костанайского филиала ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Протокол заседания № 11 от 26 августа 2021 г.

Председатель учёного совета  
филиала

Р.А. Тюлегенова

Секретарь учёного совета  
филиала

Н.А. Кравченко

### **Фонд оценочных средств рекомендован**

Учебно-методическим советом Костанайского филиала ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Протокол заседания № 10 от 25 августа 2021 г.

Председатель  
Учебно-методического совета

Н.А. Нализко

### **Фонд оценочных средств разработан и рекомендован кафедрой социально-гуманитарных и естественнонаучных дисциплин**

Протокол заседания № 12 от 29 июня 2021 г.

Заведующий кафедрой

Т.К. Нуртаzenов

Автор (составитель)

Рак О.В., старший преподаватель  
кафедры социально-гуманитарных и естественнонаучных дисциплин, магистр  
прикладной математики и информатики



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)  
Костанайский филиал  
Кафедра социально-гуманитарных и естественнонаучных дисциплин

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Интернет-маркетинг в бизнесе» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Управление малым бизнесом» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент

Версия документа - 1

стр. 3 из 17

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

## 1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Направление подготовки: 38.03.02 Менеджмент

Направленность (профиль): Управление малым бизнесом

Дисциплина: Интернет-маркетинг в бизнесе

Семестр (семестры) изучения: 8 семестр

Форма (формы) рубежного контроля: комплексная письменная работа.

Оценивание результатов учебной деятельности обучающихся при изучении дисциплины осуществляется по балльно-рейтинговой системе

## 2. ПЕРЕЧЕНЬ ФОРМИРУЕМЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ

### 2.1. Компетенции, закреплённые за дисциплиной

Изучение дисциплины «Интернет-маркетинг в бизнесе» направлено на формирование следующих компетенций:

Коды компетенции (по ФГОС)	Результаты освоения ОПОП Содержание компетенций согласно ФГОС	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ПК-8	владение навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений	<p>Пороговый уровень</p> <p>Знать</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- документоведческую терминологию, нормативные документы, регламентирующие составление и оформление документации, порядок работы с ними, основы делопроизводства и электронного документооборота в организациях, приемы использования документооборота</li></ul> <p>Уметь</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- определять цели, на основе собранной информации, выбирать средства ведения деловой документации, грамотно оформлять управленческие документы, используемые в деятельности организаций, составлять и правильно оформлять организационные и распорядительные документы</li></ul> <p>Владеть</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- навыками составления и оформления организационных и распорядительных документов в сфере профессиональной деятельности</li></ul> <p>Продвинутый уровень</p> <p>Знать</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- государственную политику в сфере документационного обеспечения управления электронными документами и электронным документооборотом</li></ul> <p>Уметь</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- использовать возможности общего и электронного документооборота для принятия</li></ul>



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)  
Костанайский филиал  
Кафедра социально-гуманитарных и естественнонаучных дисциплин

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Интернет-маркетинг в бизнесе» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Управление малым бизнесом» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент

Версия документа - 1

стр. 4 из 17

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

		<p>и документального оформления управленческих решений</p> <p><b>Владеть</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- методикой составления проектов основных управленческих документов; навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений</li></ul> <p><b>Высокий уровень</b></p> <p><b>Знать</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- современные требования к организации, правила и нормы работы с документами, принципы и процедуры подготовки организационных и распорядительных документов, правила документального оформления решений в управлении, общие принципы построения и структуру системы электронного документооборота</li></ul> <p><b>Уметь</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- использовать в своей профессиональной деятельности прикладные программные средства и средства оргтехники, самостоятельно осваивать знания, необходимые для работы с документооборотом в конкретных сферах деятельности организации</li></ul> <p><b>Владеть</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- навыками подготовки организационных и распорядительных документов, необходимых для создания новых предпринимательских структур, методами и средствами получения, обработки и хранения документов, навыками использования компьютерной техники, программно-информационных систем, компьютерных сетей, навыками оформления работ, выполняемых студентами в процессе обучения, с учетом требований образовательного стандарта вуза</li></ul>
ПК-6	способность участвовать в управлении проектом, программой внедрения технологических и продуктовых инноваций или программой организационных изменений	<p>Пороговый уровень</p> <p><b>Знать</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- источники и содержание отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях</li></ul> <p><b>Уметь</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- применять навыки общего менеджмента в управлении проектами</li></ul> <p><b>Владеть</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>- методами координации целей организации и целей проектного управления на основе анализа данных отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических</li></ul>



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)  
Костанайский филиал  
Кафедра социально-гуманитарных и естественнонаучных дисциплин

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Интернет-маркетинг в бизнесе» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Управление малым бизнесом» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент

Версия документа - 1

стр. 5 из 17

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

		<p>процессах и явлениях в области окружения проекта Продвинутый уровень Знать - социально-экономические показатели, используемые в управлении проектами, а также общие принципы оценки окружения проекта и его влияния на успешное достижение целей проекта Уметь - анализировать данные отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях, необходимых для эффективного управления проектами Владеть - навыками профессионального анализа целей, задач, условий реализации проекта, на основе выявления тенденций изменения социально-экономических показателей Высокий уровень Знать - содержание основных категорий, понятий и принципов управления проектами Уметь - интерпретировать данные отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях, выявлять тенденции изменения социально-экономических показателей, а также в зависимости от задач применять те или иные методы контроля и разрабатывать корректирующие действия в области управления проектами Владеть - современными методами оценки, анализа и интерпретации данных отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях, необходимых для минимизации рисков проекта</p>
--	--	---

### 3. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ РУБЕЖНОГО КОНТРОЛЯ

Рубежный контроль проводится с целью определения степени сформированности отдельных компетенций обучающихся по завершению освоения очередного раздела курса.

#### 3.1 Виды оценочных средств

№ п/п	Код компетенции/ планируемые результаты обучения	Контролируемые темы/ разделы	Наименование оценочного средства для текущего контроля	Наименование оценочного средства для рубежного контроля
-------	---	---------------------------------	--	---



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)

Костанайский филиал

Кафедра социально-гуманитарных и естественнонаучных дисциплин

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Интернет-маркетинг в бизнесе» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Управление малым бизнесом» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент

Версия документа - 1

стр. 6 из 17

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

1	ПК-6	Обзор инструментов интернет-маркетинга	- структурно-логические схемы по материалам лекции - отчет по лабораторной работе, слайд-презентация - структурно-логическая схема	Комплексная письменная работа: - задания теста № 1-3 - вопросы №-1-3
2	ПК-6 ПК-8	E-mail маркетинг	- вопросы для устного собеседования - отчет по лабораторной работе, слайд-презентация - структурно-логическая схема	Комплексная письменная работа: - задания теста № 4-6 - вопросы №-4-6
3	ПК-6 ПК-8	Создание и оптимизация сайта	- вопросы для устного собеседования - отчет по лабораторной работе, слайд-презентация - слайд-презентация	Комплексная письменная работа: - задания теста № 7-9 - вопросы №-7-9 - практическое задание №1
4	ПК-6 ПК-8	Управление проектами в интернет-маркетинге	- вопросы для устного собеседования - отчет по лабораторной работе, слайд-презентация - слайд-презентация	Комплексная письменная работа: - задания теста №10-12 - вопросы №-10-12
5	ПК-6 ПК-8	Маркетинг в социальных сетях и новых медиа	- вопросы для устного собеседования - отчет по лабораторной работе, слайд-презентация - слайд-презентация	Комплексная письменная работа: - задания теста №13-15 - вопросы №-13-15 - практическое задание №2
6	ПК-6 ПК-8	Разработка стратегии интернет-маркетинга	- вопросы для устного собеседования - отчет по лабораторной работе, слайд-презентация - структурно-логическая схема	Комплексная письменная работа: - задания теста №16-18 - вопросы №-16-18
7	ПК-6 ПК-8	Интернет-реклама	- вопросы для устного собеседования - отчет по лабораторной работе, слайд-презентация - слайд-презентация	Комплексная письменная работа: - задания теста №19-21 - вопросы №-19-21
8	ПК-6 ПК-8	Веб-аналитика и анализ эффективности рекламных кампаний	- вопросы для устного собеседования - отчет по лабораторной работе, слайд-презентация - слайд-презентация	Комплексная письменная работа: - задания теста №22-24 - практическое задание №3



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)  
Костанайский филиал  
Кафедра социально-гуманитарных и естественнонаучных дисциплин

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Интернет-маркетинг в бизнесе» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Управление малым бизнесом» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент

Версия документа - 1

стр. 7 из 17

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

## 3.2 Содержание оценочных средств

3.2.1 Примерные задания для проведения первого рубежного контроля по темам «Обзор инструментов интернет-маркетинга», «E-mail маркетинг», «Создание и оптимизация сайта». Используемые оценочные средства: комплексная письменная работа (тесты, контрольные вопросы, практические задания).

### Типовые тестовые задания

№ п/п	Формулировка вопроса	Варианты ответов
Обзор инструментов интернет-маркетинга		
1	К какой задаче маркетинга относится выход на новый рынок?	A) к оперативной задаче <b>B) к стратегической задаче</b> C) к исполнительской задаче D) к аналитико-оценочной задаче E) к тактической задаче
2	С помощью какого механического устройства экспонируются рекламные объявления с большой скоростью?	A) гальванометр B) диаскоп <b>C) тахистоскоп</b> D) айтрекер E) аудиметр
3	Для функционирования маркетинговой информационной системы необходимы следующие ресурсы	A) квалифицированный персонал, обладающий навыками сбора и обработки информации B) методические приемы работы с информацией C) офисное оборудование D) программное обеспечение <b>E) все перечисленное</b>
E-mail маркетинг		
4	Какой метод связей с общественностью является новым и оперативным?	A) выставка B) фотопродукция <b>C) интернет-ресурс</b> D) отношения со средствами массовой информации E) печатные материалы
5	Личная продажа – это	A) спользование многообразных средств стимулирующего воздействия, призванных ускорить или усилить ответную реакцию рынка B) налаживание отношений между предприятием и различными контактными аудиториями посредством создания выгодной для предприятия репутации, положительного имиджа <b>C) представление товара одному или нескольким потенциальным клиентам, осуществляемое в процессе непосредственного общения, и имеющее целью продажу и установление длительных взаимоотношений с данными клиентами</b> D) коммуникация с аудиторией посредством неличных оплачиваемых каналов; аудитория четко представляет источник послания как организацию, оплатившую средства распространения рекламы E) интерактивная система маркетинга, предусматривающая непосредственный контакт с каждым покупателем, который



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)  
Костанайский филиал  
Кафедра социально-гуманитарных и естественнонаучных дисциплин

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Интернет-маркетинг в бизнесе» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Управление малым бизнесом» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент

Версия документа - 1

стр. 8 из 17

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

		реализуется в форме индивидуализированного диалога для получения немедленной обратной реакции
6	Причина популярности прямого маркетинга	А) возможность получения информации из различных баз данных В) дефицит времени у потребителей для совершения покупок С) возможность расплаты кредитными карточками D) повышение квалификации торгового персонала и, как следствие, повышение качества индивидуального обслуживания покупателей E) <b>все перечисленное</b>
Создание и оптимизация сайта		
7	Пример кода: <code>h1 { color: blue};</code> . В приведенном выше примере <code>color: blue</code> – определение правила. <code>h1</code> является	А) <b>селектором</b> В) определением С) значением D) свойством E) функцией
8	Какой из следующих элементов используется в качестве структурного контейнера для элементов формы?	А) <code>&lt;hr&gt;</code> В) <code>&lt;frame&gt;</code> С) <code>&lt;button&gt;</code> D) <b><code>&lt;fieldset&gt;</code></b> E) <code>&lt;label&gt;</code>
9	Какая из следующих спецификаций правильная для определения цветового стиля?	А) <code>H1 {color: FF-00-88}</code> B) <b><code>H1 {color: red}</code></b> С) <code>H1 {font-color: red}</code> D) <code>H1 {color: rgb(#D46A11)}</code> E) <code>H1 {color: 66.7%/66.7%/73.3%}</code>

### Типовые контрольные вопросы

#### Тема 1. Обзор инструментов интернет-маркетинга

- 1 Особенности маркетинга в интернет
- 2 Сущность и инструменты Интернет-маркетинга
- 3 Сайт организации как инструмент маркетинга

#### Тема 2. E-mail маркетинг

- 4 Тренды современного E-mail маркетинга. Стратегия сегментации
- 5 Экономическая эффективность массовых рассылок

#### 6 Способы получения спам листа

#### Тема 3. Создание и оптимизация сайта

#### 7 Привлечение пользователей на Web-сайт

#### 8 Основные понятия SEO

#### 9 Алгоритмы работы поисковых систем

### Типовые практические задания

#### Практическое задание №1

#### Тема 3. Создание и оптимизация сайта

1 Заполните пустые поля таблицы, посетив указанные сайты.

2 Определите к какой из указанных в таблице групп следует отнести сайт

[Http://www.vdnh.ru](http://www.vdnh.ru)

3 Найдите информацию о крупных предприятиях на примере региона

Адрес сайта	Описание сайта
Маркетинговые сайты	





МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)  
Костанайский филиал  
Кафедра социально-гуманитарных и естественнонаучных дисциплин

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Интернет-маркетинг в бизнесе» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Управление малым бизнесом» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент

Версия документа - 1

стр. 9 из 17

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

1.	<a href="http://www.marketing.spb.ru">www.marketing.spb.ru</a>	
2.	<a href="http://www.4p.ru">www.4p.ru</a>	
3.	<a href="http://www.xpressl.newmail.ru">www.xpressl.newmail.ru</a>	
Поисковые системы и каталоги России и мира		
1	<a href="http://www.vandex.ru">www.vandex.ru</a>	
2	<a href="http://www.rambler.ru">www.rambler.ru</a>	
3	<a href="http://www.aport.ru">www.aport.ru</a>	
4	<a href="http://www.list.ru">www.list.ru</a>	
5	<a href="http://www.vahoo.com">www.vahoo.com</a>	
Ресурсы, посвященные электронной коммерции		
1	<a href="http://www.maqazin.ru">www.maqazin.ru</a>	
2	<a href="http://www.ecommerce.ru">www.ecommerce.ru</a>	
3	<a href="http://www.cnews.ru">www.cnews.ru</a>	
4	<a href="http://www.ecommerce.com.ua">www.ecommerce.com.ua</a>	
Базы данных предприятий		
1	<a href="http://www.yellowpages.ru">www.yellowpages.ru</a>	
2	<a href="http://www.vellowpages.rin.ru">www.vellowpages.rin.ru</a>	
3	<a href="http://www.webstar.bos.ru/eniro/">www.webstar.bos.ru/eniro/</a>	
Продвижение сайта в интернете		
1	<a href="http://www.lps.ru">www.lps.ru</a>	
2	<a href="http://www.reqistratura.ru">www.reqistratura.ru</a>	
3	<a href="http://www.networksolutions.com">www.networksolutions.com</a>	
Интернет-ресурсы Республики Коми		
1	<a href="http://www.kominet.ru">www.kominet.ru</a>	
2	<a href="http://www.komi.com">www.komi.com</a>	
3	<a href="http://www.komiinform.ru">www.komiinform.ru</a>	
4	<a href="http://www.svktvkar.ru">www.svktvkar.ru</a>	
5	<a href="http://www.webstar.bos.ru">www.webstar.bos.ru</a>	
6	<a href="http://www.komi.ru">www.komi.ru</a>	

Добавьте в таблицу сведения о 3 сайтах в каждую из указанных групп.

3.2.2 Примерные задания для проведения второго рубежного контроля по темам «Управление проектами в интернет-маркетинге», «Маркетинг в социальных сетях и новых медиа». Используемые оценочные средства: комплексная письменная работа (тесты, контрольные вопросы, практические задания).

Типовые тестовые задания

Управление проектами в интернет-маркетинге		
10	Назовите функцию, которая предполагает организацию производства новых товаров, управления качеством конкурентоспособностью продукции	А) продаж В) управления и контроля С) производственная



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)  
Костанайский филиал  
Кафедра социально-гуманитарных и естественнонаучных дисциплин

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Интернет-маркетинг в бизнесе» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Управление малым бизнесом» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент

Версия документа - 1

стр. 10 из 17

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

		D) спроса E) предложения
11	Назовите составляющие комплекса маркетинга	A) товарная политика <b>B) товарная, ценовая, сбытовая и коммуникативная политика</b> C) сбытовая политика D) коммуникативная политика E) ценовая политика
12	Стимулирующий маркетинг применяется при	A) при отрицательном спросе B) скрытом спросе <b>C) отсутствии спроса</b> D) нерациональном спросе E) всем вышеперечисленном
<b>Маркетинг в социальных сетях и новых медиа</b>		
13	Способом связи с аудиторией, характеризующимся низким возвратом данных, является:	A) телефон B) интервью C) эксперимент <b>D) почта</b> E) все ответы верны
14	Цель пилотажа анкет	A) измерение отношения потребителей B) оценка покупательской готовности <b>C) определение реакции респондентов на содержание анкеты</b> D) рыночное тестирование E) рыночное исследование
15	Тип вопроса, который следует использовать в том случае, если от респондента требуется выразить критическое отношение к себе	A) открытый B) закрытый C) прямой <b>D) косвенный</b> E) стимулирующий

#### Типовые контрольные вопросы

#### Тема 4. Управление проектами в интернет-маркетинге

10 Особенности выбора поставщиков

11 Варианты хостинга

12 Виды систем управления сайтом

#### Тема 5. Маркетинг в социальных сетях и новых медиа

13 Задачи, решаемые с помощью работы в социальных сетях

14 Особенности взаимодействия с аудиторией в социальных сетях

15 Обзор инструментов отслеживания упоминаний о брендах и тональности мнений

#### Типовые практические задания

#### Практическое задание №2

#### Тема 5. Маркетинг в социальных сетях и новых медиа

Провести конкурентный анализ бизнеса в сети Интернет. Дать рекомендации по продукту, сервису, ценовой политике, дистрибуции и продвижения в сети Интернет.



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)  
Костанайский филиал  
Кафедра социально-гуманитарных и естественнонаучных дисциплин

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Интернет-маркетинг в бизнесе» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Управление малым бизнесом» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент

Версия документа - 1

стр. 11 из 17

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

3.2.3 Примерные задания для проведения третьего рубежного контроля по темам «Разработка стратегии интернет-маркетинга», «Интернет-реклама», «Веб-аналитика и анализ эффективности рекламных кампаний». Используемые оценочные средства: комплексная письменная работа (тесты, контрольные вопросы, практические задания).

#### Типовые тестовые задания

Разработка стратегии интернет-маркетинга		
16	Статистический способ моделирования зависимости результативного признака от факторного признака/признаков – это ... анализ.	A) корреляционный <b>B) регрессионный</b> C) кластерный D) контент-анализ E) факторный анализ
17	Формирование общенациональной политики, продвижение национальных программ:	A) PR-партии B) GR «Government Relations» C) само -PR D) <b>государственный PR</b> E) PR корпоративный
18	В основе событийного PR лежит:	A) новость B) забытое событие C) черный PR D) <b>сенсация</b> E) явление
Интернет-реклама		
19	Стратегическим процессом коммуникации, которая строит взаимовыгодные отношения между организациями и их аудиторией являются:	A) связи с органами власти B) разведывательная деятельность C) <b>связи с общественностью</b> D) политические связи E) социальные связи
20	Основные преимущества синдикативной маркетинговой информации	A) полное соответствие проблеме исследования B) точность и своевременность получения C) <b>долевая стоимость, высокое качество</b> D) полная достоверность E) объективность
21	Основные преимущества вторичной маркетинговой информации	A) полное соответствие проблеме исследования B) точность и своевременность получения C) <b>экономия времени и денег</b> D) полная достоверность и объективность E) частичное соответствие проблеме исследования
Веб-аналитика и анализ эффективности рекламных кампаний		
22	Показатель, обладающий большей степенью информативности для	A) мода



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Костанайский филиал  
Кафедра социально-гуманитарных и естественнонаучных дисциплин

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Интернет-маркетинг в бизнесе» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Управление малым бизнесом» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент

Версия документа - 1

стр. 12 из 17

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

	исследователя – это ...	В) медиана С) <b>средняя величина</b> D) статистический отчет E) медианплан
23	Быстро определить удельный вес той доли совокупности, которая находится выше или ниже некоторой заданной величины значения переменной можно с помощью ...	A) гистограммы B) полигона частот C) кумулятивного <b>(накопленного распределения частот)</b> D) абсолютных частот E) относительных частот
24	Использование таких статистических мер, как средняя величина (средняя), мода, среднее квадратическое отклонение, размах вариации лежит в основе ...	A) <b>дескриптивного анализа</b> B) анализа различий C) предсказательного анализа D) коэффицентного анализа E) экспертного анализа

#### Типовые контрольные вопросы

##### Тема 6. Разработка стратегии интернет-маркетинга

16 Этапы построения системы маркетинга на основе сайта организации

17 Лидогенерация как направление в интернет-маркетинге

18 Источники лидов

##### Тема 7. Интернет-реклама

19 Задачи и критерии достижения результата: продающая рекламная кампания, информационная и имиджевая

20 Виды таргетингов

21 Этапы запуска контекстной рекламы

##### Тема 8. Веб-аналитика и анализ эффективности рекламных кампаний

22 Задачи и возможности веб-аналитики

23 Обзор и сравнительный анализ инструментов веб-аналитики

24 Виды способов сбора данных

#### Типовые практические задания

##### Практическое задание №3

##### Тема 8. Веб-аналитика и анализ эффективности рекламных кампаний

Задание 1. Василий открывает контекстную рекламу по брендовым запросам конкурентов. Рекламный бюджет — 14 000 рублей. Через свой сайт Василий сделал 41 продажу. Рассчитайте CPS.

Задание 2 Лариса сделала маленький интернет-магазин на Тильде и начала продавать одежду, не подключая онлайн-кассу. Она потратила 6000 рублей на посты в городских пабликах. В итоге, через сайт Лариса получила 28 заявок на продажу. Известно, что конверсия = 50%, рассчитайте сколько продаж и по какой стоимости получила Лариса со своей рекламной кампанией.

Задание 3 Баннер на развлекательном сайте стоит 1756 рублей в неделю.



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Костанайский филиал  
Кафедра социально-гуманитарных и естественнонаучных дисциплин

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Интернет-маркетинг в бизнесе» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Управление малым бизнесом» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент

Версия документа - 1

стр. 13 из 17

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

Ориентировочное количество показов этого баннера аудитории — 14311 за неделю. Найти CRM.

#### 4. ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ РУБЕЖНОГО КОНТРОЛЯ

##### 4.1 Порядок проведения рубежного контроля

Рубежный контроль проводится в 3 этапа. На первом этапе студент решает тесты. Продолжительность – 15 минут. На втором этапе студент отвечает на контрольные вопросы – 10 минут. На третьем этапе решает практические задания: выбирает инструментальные средства для обработки данных в соответствии с поставленной задачей, анализирует результаты, формулирует ответы на контрольные вопросы, обосновывает полученные выводы. Продолжительность – 20 минут.

##### 4.2 Критерии оценивания рубежного контроля по видам оценочных средств

###### 4.2.1 Критерии оценивания тестов

Максимальный балл за ответ на тесты – 5 баллов.

Отлично/ 5 баллов	Хорошо/ 4 балла	Удовлетворительно/ 3 балла	Неудовлетворительно/ 0-2 балла
Высокий уровень освоения проверяемых компетенций	Продвинутый уровень освоения проверяемых компетенций	Пороговый уровень освоения проверяемых компетенций	Недостаточный уровень освоения проверяемых компетенций
Демонстрируются: глубокое и прочное усвоение программного материала, свободное владение материалом, правильное применение терминологии, способность выбрать инструментальные средства для обработки экономических данных в соответствии с поставленной задачей.	Демонстрируются: знание программного материала, правильное применение теоретических знаний, владение необходимыми терминами, способность выбрать инструментальные средства для обработки экономических данных в соответствии с поставленной задачей.	Демонстрируются: усвоение основного материала, при ответе допускаются неточности, имеются затруднения в использовании терминологии, недостаточно сформирована способность выбрать инструментальные средства для обработки экономических данных в соответствии с поставленной задачей.	Демонстрируются: незнание программного материала, при ответе возникают ошибки, затруднения при использовании терминологии, не сформирована способность выбрать инструментальные средства для обработки экономических данных в соответствии с поставленной задачей.

###### 4.2.2 Критерии оценивания ответов на контрольные вопросы

Максимальный балл за ответ – 5 баллов.

Отлично/ 5 баллов	Хорошо/ 4 балла	Удовлетворительно/ 3 балла	Неудовлетворительно/ 0-2 балла
Высокий уровень освоения проверяемых	Продвинутый уровень освоения проверяемых	Пороговый уровень освоения проверяемых	Недостаточный уровень освоения проверяемых



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)  
Костанайский филиал  
Кафедра социально-гуманитарных и естественнонаучных дисциплин

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Интернет-маркетинг в бизнесе» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Управление малым бизнесом» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент

Версия документа - 1

стр. 14 из 17

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

компетенций	компетенций	компетенций	компетенций
Демонстрируются: полное изложение материала (ответа на вопрос), дается правильное определение основных понятий; обнаруживается понимание материала, обоснование своих суждений, применение знаний на практике, приводятся необходимые примеры не только из учебника, но и самостоятельно составленные; излагается материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка.	Демонстрируются: полное изложение материала дается правильное определение основных понятий; обнаруживается понимание материала, обоснование своих суждений, применение знаний на практике, приводятся необходимые примеры, но допускаются 1–2 недочета в последовательности и языковом оформлении излагаемого.	Демонстрируются: знание и понимание основных положений данной темы, но излагается материал неполно и допускаются неточности в определении понятий или формулировке правил; студент не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; излагается материал непоследовательно и допускаются ошибки в языковом оформлении излагаемого.	Демонстрируются: незнание большей части соответствующего вопроса, допускаются ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, студент даёт неверную оценку ситуации.

#### 4.2.3 Критерии оценивания практического задания

Максимальный балл за выполнение практических заданий – 10 баллов.

Отлично/ 9-10 баллов	Хорошо/ 7-8 баллов	Удовлетворительно/ 5-6 баллов	Неудовлетворительно/ 0-4 балла
Высокий уровень освоения проверяемых компетенций	Продвинутый уровень освоения проверяемых компетенций	Пороговый уровень освоения проверяемых компетенций	Недостаточный уровень освоения проверяемых компетенций
Студент имеет глубокие знания учебного материала по теме практической работы, показывает усвоение взаимосвязи основных понятий используемых в работе, смог ответить на все уточняющие и дополнительные вопросы. Студент демонстрирует знания теоретического и практического материала по теме практической работы, определяет взаимосвязи между показателями задачи, даёт правильный алгоритм	Студент показал знание учебного материала, усвоил основную литературу, смог ответить почти полно на все заданные дополнительные и уточняющие вопросы. Студент демонстрирует знания теоретического и практического материала по теме практической работы, допуская незначительные неточности при решении задач, имея неполное понимание междисциплинарных связей при правильном	Студент в целом освоил материал практической работы, ответил не на все уточняющие и дополнительные вопросы. Студент затрудняется с правильной оценкой предложенной задачи, даёт неполный ответ, требующий наводящих вопросов преподавателя, выбор алгоритма решения задачи возможен при наводящих вопросах преподавателя, демонстрирует недостаточную способность выбрать	Студент имеет существенные пробелы в знаниях основного учебного материала практической работы, который полностью не раскрыл содержание вопросов, не смог ответить на уточняющие и дополнительные вопросы. Студент даёт неверную оценку ситуации, неправильно выбирает алгоритм действий, не сформирована способность выбрать инструментальные средства для обработки экономических данных в соответствии



МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)  
Костанайский филиал  
Кафедра социально-гуманитарных и естественнонаучных дисциплин

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Интернет-маркетинг в бизнесе» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Управление малым бизнесом» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент

Версия документа - 1

стр. 15 из 17

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

решения, определяет междисциплинарные связи по условию задания, демонстрирует способность выбрать инструментальные средства для обработки экономических данных в соответствии с поставленной задачей, проанализировать результаты расчетов и обосновать полученные выводы.	выборе алгоритма решения задания, демонстрирует способность выбрать инструментальные средства для обработки экономических данных в соответствии с поставленной задачей, проанализировать результаты расчетов и обосновать полученные выводы.	инструментальные средства для обработки экономических данных в соответствии с поставленной задачей, проанализировать результаты расчетов и обосновать полученные выводы.	поставленной задачей, проанализировать результаты расчетов и обосновать полученные выводы.
--	--	--	--

#### 4.3. Результаты рубежного контроля и уровни сформированности компетенций

При подведении итогов учитываются результаты текущего контроля. Полученные за текущий контроль баллы суммируются с баллами, полученными за каждый этап при прохождении рубежного контроля.

Критерии оценивания уровня освоения дисциплинарных компетенций на рубежном контроле:

«отлично» (А, А-; 4.0 – 3.67; 90 – 100%) – студент полностью выполнил задание, показал отличные знания и умения в рамках усвоенного учебного материала, работа оформлена аккуратно и в соответствии с предъявляемыми требованиями.

«хорошо» (В+, В, В-; 3.33 – 2.67; 75 – 89%) – студент полностью выполнил задание, показал хорошие знания и умения, но не смог обосновать оптимальность предложенного решения, есть недостатки в оформлении работы.


«удовлетворительно» (С+, С, С-, D+, D; 2.33 – 1.0; 50 – 74%) – студент полностью выполнил задание, но допустил существенные неточности, не проявил умения правильно интерпретировать полученные результаты, качество оформления работы имеет недостаточный уровень.

«неудовлетворительно» (F; 0; 0 – 49%) – студент не полностью выполнил задание, при этом проявил недостаточный уровень знаний и умений, а также неспособен пояснить полученный результат.

Особенности проведения процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья обозначены в рабочей программе дисциплины (модуля).

Уровни сформированности компетенций определяется следующим образом.

1. Высокий уровень сформированности компетенций соответствует оценке «отлично», предполагает формирование компетенций на высоком уровне, готовность к самостоятельной профессиональной деятельности: студент должен знать современные требования к организации, правила и нормы работы с документами, принципы и процедуры подготовки организационных и распорядительных документов, правила документального оформления решений в управлении, общие принципы построения и структуру системы электронного документооборота; содержание основных категорий, понятий и принципов управления

 МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)			
Костанайский филиал Кафедра социально-гуманитарных и естественнонаучных дисциплин			
Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Интернет-маркетинг в бизнесе» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Управление малым бизнесом» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент			
Версия документа - 1	стр. 16 из 17	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

проектами; уметь использовать в своей профессиональной деятельности прикладные программные средства и средства оргтехники, самостоятельно осваивать знания, необходимые для работы с документооборотом в конкретных сферах деятельности организации; интерпретировать данные отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях, выявлять тенденции изменения социально-экономических показателей, а также в зависимости от задач применять те или иные методы контроля и разрабатывать корректирующие действия в области управления проектами; владеть навыками подготовки организационных и распорядительных документов, необходимых для создания новых предпринимательских структур, методами и средствами получения, обработки и хранения документов, навыками использования компьютерной техники, программно-информационных систем, компьютерных сетей, навыками оформления работ, выполняемых студентами в процессе обучения, с учетом требований образовательного стандарта вуза; современными методами оценки, анализа и интерпретации данных отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях, необходимых для минимизации рисков проекта.

2. Продвинутый уровень соответствует оценке «хорошо», предполагает формирование компетенций на более высоком уровне: студент должен знать государственную политику в сфере документационного обеспечения управления электронными документами и электронным документооборотом; социально-экономические показатели, используемые в управлении проектами, а также общие принципы оценки окружения проекта и его влияния на успешное достижение целей проекта; уметь использовать возможности общего и электронного документооборота для принятия и документального оформления управленческих решений; анализировать данные отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях, необходимых для эффективного управления проектами; владеть методикой составления проектов основных управленческих документов; навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений; навыками профессионального анализа целей, задач, условий реализации проекта, на основе выявления тенденций изменения социально-экономических показателей.

3. Пороговый уровень соответствует оценке «удовлетворительно», предполагает формирование компетенций на начальном уровне: студент должен знать документоведческую терминологию, нормативные документы, регламентирующие составление и оформление документации, порядок работы с ними, основы делопроизводства и электронного документооборота в организациях, приемы использования документооборота; источники и содержание отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях; уметь определять цели, на основе собранной информации, выбирать средства ведения деловой документации, грамотно оформлять управленческие документы, используемые в деятельности организаций, составлять и правильно оформлять организационные и распорядительные документы; применять навыки общего менеджмента в управлении проектами; владеть навыками составления и оформления организационных и распорядительных документов в сфере профессиональной деятельности; методами координации целей организации и целей





МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)  
Костанайский филиал  
Кафедра социально-гуманитарных и естественнонаучных дисциплин

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Интернет-маркетинг в бизнесе» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Управление малым бизнесом» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент

Версия документа - 1

**стр. 17 из 17**

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

проектного управления на основе анализа данных отечественной и зарубежной статистики о социально-экономических процессах и явлениях в области окружения проекта.

4. Недостаточный уровень соответствует оценке «неудовлетворительно».

## Отметки о продлении срока действия

Фонд оценочных средств пролонгирован на 2022 / 2023 учебный год решением учёного совета Костанайского филиала ФГБОУ ВО «ЧелГУ» от «26» мая 2022 г. Протокол № 12
Фонд оценочных средств пролонгирован на 2023 / 2024 учебный год решением учёного совета Костанайского филиала ФГБОУ ВО «ЧелГУ» от «25» мая 2023 г. Протокол № 10
Фонд оценочных средств пролонгирован на 20__ / 20__ учебный год решением учёного совета Костанайского филиала ФГБОУ ВО «ЧелГУ» от «__» _____ 20__ г. Протокол № ____