	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) «Проектный практикум "Интернет-маркетинг в бизнесе"» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Управление бизнесом» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент		
Версия документа - 1	стр. 2 из 15	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

### **Фонд оценочных средств принят**

Учёным советом Костанайского филиала ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Протокол заседания № 10 от 25 мая 2023 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 18 мая 2023 г.

Председатель  
Учебно-методического совета



Н.А. Нализко

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

Протокол заседания № 10 от 16 мая 2023 г.

Заведующий кафедрой




Т.К. Нуртаzenов

Автор (составитель)  
социально-гуманитарных и естественнонаучных дисциплин,  
магистр прикладной математики и информатики



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) «Проектный практикум "Интернет-маркетинг в бизнесе"» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Управление бизнесом» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент			
Версия документа - 1	стр. 3 из 15	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

## 1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Направление подготовки: 38.03.02 Менеджмент

Направленность (профиль): Управление бизнесом

Дисциплина: Проектный практикум "Интернет-маркетинг в бизнесе"

Семестр (семестры) изучения: 7 семестр

Форма (формы) промежуточной аттестации: экзамен

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 «Проектный практикум "Интернет-маркетинг в бизнесе"» направлено на формирование следующих компетенций:

Коды компетенции согласно ФГОС (ОПОП ВО)	Содержание компетенций согласно ФГОС (ОПОП ВО)	Индикаторы достижения компетенции согласно ОПОП	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
1	2	3	4
ПК-1	Способен управлять бизнес-процессами организации с использованием современных подходов	ПК-1.3. Использует возможности корпоративных информационных систем для управления бизнес-процессами организации	<p>Пороговый уровень</p> <p>Знает цель и задачи внедрения корпоративных информационных систем в организации</p> <p>Умеет выявлять информационные потребности пользователей для управления бизнес-процессами организации</p> <p>Владеет понятийным аппаратом в области корпоративных информационных систем для управления бизнес-процессами организации</p> <p>Продвинутый уровень</p> <p>Знает функции и назначение корпоративных информационных систем для управления бизнес-процессами организации</p> <p>Умеет формировать требования к корпоративной информационной системе организации</p> <p>Владеет навыками эксплуатации корпоративных информационных систем для управления бизнес-процессами организации</p> <p>Высокий уровень</p> <p>Знает принципы документирования и учета операций в корпоративной информационной системе организации, анализа финансовой и других видов отчетности для принятия управленческих решений</p> <p>Умеет вести документирование и учет операций, осуществлять анализ отчетности по основным бизнес-процессам организации в корпоративной информационной системе</p> <p>Владеет навыками документирования и анализа</p>



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) «Проектный практикум "Интернет-маркетинг в бизнесе"» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Управление бизнесом» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент

Версия документа - 1

стр. 4 из 15

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

			хозяйственных операций в прикладных программных продуктах
ПК-3.	Способен разрабатывать управленческие решения, связанные с развитием бизнеса, и содействовать их реализации	ПК-3.1. Разрабатывает и содействует реализации решений в управлении функциональными сферами деятельности организации для достижения согласованности развития бизнеса	Пороговый уровень Знает основные этапы и особенности разработки и реализации управленческих решений в каждой функциональной подсистеме организации Умеет анализировать взаимосвязи между функциональными сферами деятельности организации для подготовки согласованных управленческих решений Владеет базовыми навыками принятия управленческих решений в функциональных сферах деятельности организации Продвинутый уровень Знает содержание этапов и основные факторы, влияющие на процесс разработки и реализации управленческих решений в функциональных сферах деятельности организации и Умеет находить и определять степень влияния факторов на подготовку и реализацию управленческих решений в функциональных подсистемах организации Владеет навыками принятия и содействия реализации обоснованных управленческих решений в функциональных сферах деятельности организации Высокий уровень Знает особенности и технологию разработки стратегических и оперативных управленческих решений в функциональных сферах деятельности организации Умеет вносить предложения для решения стратегических и оперативных управленческих задач в различных сферах деятельности организации для достижения согласованности развития бизнеса Владеет методами принятия стратегических и оперативных решений в управлении функциональными сферами деятельности организации
		ПК 3.2. Осуществляет деловые коммуникации для достижения целей современного бизнеса	Пороговый уровень Знает основные теории коммуникации, концептуальные, теоретические подходы к исследованию содержания закономерностей развития процессов коммуникации Умеет строить деловое коммуникативное взаимодействие с коллегами и партнерами Владеет навыками использования технологий делового взаимодействия в управленческой практике для достижения целей бизнеса Продвинутый уровень Знает формы и виды деловых коммуникаций и возможности их применения в бизнесе Умеет планировать и осуществлять деловые



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) «Проектный практикум "Интернет-маркетинг в бизнесе"» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Управление бизнесом» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент

Версия документа - 1

стр. 5 из 15

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

			<p>коммуникации в различных формах и для различных целей современного бизнеса</p> <p>Владеет навыками осуществления делового общения, публичных выступлений, ведения переговоров, совещания, осуществления деловой переписки и поддержания электронных коммуникаций</p> <p>Высокий уровень</p> <p>Знает стратегии, принципы и методы организации и деловых коммуникаций в бизнесе</p> <p>Умеет анализировать коммуникационные процессы в организации и разрабатывать предложения по повышению их эффективности для достижения целей современного бизнеса</p> <p>Владеет навыками выбора стратегии деловой коммуникации, профессиональными приемами и навыками убеждения и активного слушания для достижения поставленных целей бизнеса, в том числе с использованием современных средств коммуникации</p>
--	--	--	---

### 3. СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Промежуточная аттестация проводится с целью определения степени достижения запланированных результатов обучения по дисциплине за определенный период обучения (семестр) в форме подведения итогов балльно-рейтинговой системы оценивания и экзамена.

#### 3.1 Виды оценочных средств

№ п/п	Код компетенции/планируемые результаты обучения	Контролируемые темы/разделы	Наименование оценочного средства для текущего и рубежного контроля*	Наименование оценочного средства на промежуточной аттестации/№ задания
1	ПК-1.3 ПК-3.1 ПК-3.2	Обзор инструментов интернет-маркетинга	- структурно-логические схемы - отчет по практической работе, слайд-презентация - структурно-логическая схема - комплексная письменная работа	Комплексная письменная работа: - тест №1-3 - практические задания
2	ПК-1.3 ПК-3.1 ПК-3.2	E-mail маркетинг	- вопросы для устного собеседования - отчет по практической работе, слайд-презентация - структурно-логическая схема - комплексная письменная работа	Комплексная письменная работа: - тест №4-6 - практические задания
3	ПК-1.3	Создание и оптимизация	- вопросы для устного	Комплексная письменная



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) «Проектный практикум "Интернет-маркетинг в бизнесе"» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Управление бизнесом» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент

Версия документа - 1

стр. 6 из 15


Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

	ПК-3.1 ПК-3.2	сайта	собеседования - отчет по практической работе, слайд-презентация - слайд-презентация - комплексная письменная работа	работа: - тест №7-9 - практические задания
4	ПК-1.3 ПК-3.1 ПК-3.2	Управление проектами в интернет-маркетинге	- вопросы для устного собеседования - отчет по практической работе, слайд-презентация - слайд-презентация - комплексная письменная работа	Комплексная письменная работа: - тест №10-12 - практические задания
5	ПК-1.3 ПК-3.1 ПК-3.2	Маркетинг в социальных сетях и новых медиа	- вопросы для устного собеседования - отчет по практической работе, слайд-презентация - слайд-презентация - комплексная письменная работа	Комплексная письменная работа: - тест №13-15 - практические задания
6	ПК-1.3 ПК-3.1 ПК-3.2	Разработка стратегии интернет-маркетинга	- вопросы для устного собеседования - отчет по практической работе, слайд-презентация - структурно-логическая схема - комплексная письменная работа	Комплексная письменная работа: - тест №16-18 - практические задания
7	ПК-1.3 ПК-3.1 ПК-3.2	Интернет-реклама	- вопросы для устного собеседования - отчет по практической работе, слайд-презентация - слайд-презентация - комплексная письменная работа	Комплексная письменная работа: - тест №19-21 - практические задания
8	ПК-1.3 ПК-3.1 ПК-3.2	Веб-аналитика и анализ эффективности рекламных кампаний	- вопросы для устного собеседования - отчет по практической работе, слайд-презентация - слайд-презентация - комплексная письменная работа	Комплексная письменная работа: - тест №22-24 - практические задания

*Примечание\** - Рубежный контроль не предусмотрен по очно-заочной форме обучения

Полные комплекты оценочных средств и контрольно-измерительных материалов хранятся на кафедре.

 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) «Проектный практикум "Интернет-маркетинг в бизнесе"» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Управление бизнесом» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент			
Версия документа - 1	<b>стр. 7 из 15</b>	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

### 3.2 Содержание оценочных средств

Используемые оценочные средства: комплексная письменная работа (тесты, практические задания).

#### 3.2.1 Типовые тестовые задания

№ п/п	Формулировка вопроса	Варианты ответов
<b>Тема 1. Обзор инструментов интернет-маркетинга</b>		
1	К основным вариантам принятия стратегических решений в сфере маркетинговых коммуникаций относятся стратегии ...	<b>А) сбытовой коммуникации, стратегии по выбору коммуникативных каналов, стратегии по охвату целевого рынка, стратегии коммуникации при выходе на рынки</b> В) по выбору коммуникативных каналов и стратегии коммуникации при выходе на рынки С) по выбору коммуникативных каналов, стратегии по охвату целевого рынка и стратегии коммуникации при выходе на рынки Д) по выбору коммуникативных каналов коммуникации при выходе на рынки Е) по выбору прямых каналов по охвату целевого рынка и стратегии коммуникации при выходе на рынки
2	Стратегия личных коммуникаций осуществляется через	<b>А) сотрудников предприятия</b> В) поставщиков С) посредников Д) дилеров Е) брокеров
3	Стратегия не личных коммуникаций — это коммуникации, осуществляемые через	<b>А) рекламу, упаковку, рассылку</b> В) рекламу и упаковку С) рекламу и стимулирование сбыта Д) рекламу и связи с общественностью Е) стимулирование сбыта и связи с общественностью
<b>Тема 2. E-mail маркетинг</b>		
4	Экономическую эффективность рекламы определяет	А) яркость и красочность рекламы В) искусство производить психологическое воздействие на покупателей <b>С) увеличение реализации товаров после повышения цен</b> Д) возросшая известность предприятия Е) искусство производить прямое и косвенное воздействие на покупателей
5	Бюджет маркетинга необходим для	А) повышения рентабельности основной деятельности В) сокращения потерь <b>С) реализации плана маркетинга в достижении целей предприятия</b> Д) определения заработной платы работников службы маркетинга Е) увеличение потерь
6	План маркетинга предприятия является	<b>А) частью бизнес-плана</b> В) отдельной стратегией С) задачей предприятия Д) маркетинговой политикой предприятия



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) «Проектный практикум "Интернет-маркетинг в бизнесе"» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Управление бизнесом» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент

Версия документа - 1

стр. 8 из 15

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

		Е) маркетинговой стратегией предприятия
Тема 3. Создание и оптимизация сайта		
7	С помощью какой цветовой модели представлен цвет в шестнадцатеричном виде	А) CMYK т.е. цвет определяется четверкой: С – голубым, М – пурпурным, Y – желтым, К – черным. В) Gradient С) <b>RGB т.е. цвет определяется тройкой: R – красный, G – зеленый, B – синий</b> D) Web-safe E) HSB т.е. цвет определяется тройкой: H – оттенок, S – насыщенность, B – яркость
8	Веб-страница однозначно определяется	А) изображениями В) содержанием С) css-файлом D) <b>адресом url</b> E) веб-сервером
9	В приведенном выше стилевом определении к какому элементу необходимо добавить "!important" для того что бы цвет при визуализации был желтым	А) имени В) имени класса С) идентификатору D) свойству стиля E) <b>значению стилевого свойства</b>
Тема 4. Управление проектами в интернет-маркетинге		
10	Если риск инвестиционного проекта рассматривается в его связи с портфелем проектов предприятия, то это ... риск.	А) единичный B) <b>внутрифирменный</b> С) рыночный D) потребительский E) покупательный
11	Если риск инвестиционного проекта рассматривается изолированно, вне связи с другими проектами предприятия, то это ... риск.	A) <b>единичный</b> В) потребительский С) внутрифирменный D) рыночный E) матричный
12	Ключевые показатели эффективности (КПЭ) бизнеса – показатели ...	А) финансовой устойчивости В) удовлетворенности потребителей С) <b>для отслеживания и диагностики результатов деятельности компании</b> D) производительности труда E) ликвидности
Тема 5. Маркетинг в социальных сетях и новых медиа		
13	Что такое целевое действие пользователя на сайте? Укажите наиболее правильный и полный ответ.	А) целевое действие – это звонок потенциального клиента в офис компании B) <b>целевое действие на сайте – это такое действие, которое демонстрирует заинтересованность пользователя в товаре или услуге компании: клик на определенную кнопку, посещение определенной страницы, заполнение формы</b> С) целевое действие – это время, которое проводит пользователь на сайте D) целевое действие – это такое действие, которое предполагает клик на определенную кнопку E) целевое действие – это звонок потенциального продавца в офис компании
14	Укажите вариант, где верно описана последовательность разработки сайта.	А) составление технического задания, разработка дизайна, установка системы администрирования, наполнение сайта ин-





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) «Проектный практикум "Интернет-маркетинг в бизнесе"» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Управление бизнесом» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент


Версия документа - 1

стр. 9 из 15

Первый экземпляр \_\_\_\_\_

КОПИЯ № \_\_\_\_\_

		<p>формацией, продвижение</p> <p><b>В) предпроектное проектирование, составление технического задания, разработка дизайна, верстка, установка системы администрирования, программирование, тестирование, наполнение сайта информацией</b></p> <p>С) составление технического задания, выбор системы администрирования, верстка, программирование, наполнение сайта информацией, проведение работ по стартовой поисковой оптимизации</p> <p>Д) составление договора на работы, разработку дизайна, верстка, программирование, наполнение сайта информацией, тестирование</p> <p>Е) составление договора на разработку дизайна и программирование</p>
15	Что такое поисковая оптимизация сайта? Укажите правильное определение.	<p><b>А) поисковая оптимизация – это такая работа с сайтом и внешними факторами, влияющими на сайт, которая с некоторой долей вероятности приводит к тому, что сайт виден в выдаче поисковой машины определенным пользователям, использующим эту поисковую машину</b></p> <p>В) поисковая оптимизация – это действия, которые производит поисковый оптимизатор с целью гарантированного вывода продвигаемого сайта в топ-10 яндекса и google</p> <p>С) поисковая оптимизация – это инструмент интернет-маркетинга, который используется для гарантированного увеличения трафика из поисковых систем на продвигаемый сайт</p> <p>Д) поисковая оптимизация – это мошенническая деятельность поисковых оптимизаторов с целью незаконного выманивания денег у владельцев сайтов</p> <p>Е) поисковая оптимизация – это дорогостоящая деятельность поисковых оптимизаторов</p>
<b>Тема 6. Разработка стратегии интернет-маркетинга</b>		
16	Основными требованиями к содержанию маркетингового плана	<p><b>А) определение целевых рынков и взаимоувязка всех элементов комплекса маркетинга</b></p> <p>В) сопоставимость краткосрочных разделов плана с рыночными возможностями</p> <p>С) определение производительности труда</p> <p>Д) ориентация на обеспечение финансовой устойчивости фирмы</p> <p>Е) определение трудоемкости</p>
17	План деятельности предприятия отвечает на вопрос:	<p><b>А) зачем существует предприятие</b></p> <p>В) сколько прибыли оно должно иметь</p> <p>С) каким будет предприятие в будущем</p> <p>Д) сколько продукции предприятие должно производить</p> <p>Е) на какие рынки выйдет предприятие</p>
18	Контроль годовых планов маркетинга осуществляется посредством определения отношений по	<p>А) показателям основной производственно-хозяйственной деятельности предприятия</p> <p>В) всем разделам бизнес-плана предприятия</p> <p><b>С) разделу маркетинга годового плана предприятия</b></p> <p>Д) объему прибыли на единицу затрат на маркетинг</p> <p>Е) показателям вспомогательной производственно-хозяйственной деятельности предприятия</p>
<b>Тема 7. Интернет-реклама</b>		

 <p>МИНОБРНАУКИ РОССИИ Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Костанайский филиал Кафедра социально-гуманитарных и естественнонаучных дисциплин</p>			
<p>Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) «Проектный практикум "Интернет-маркетинг в бизнесе"» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Управление бизнесом» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент</p>			
Версия документа - 1	<b>стр. 10 из 15</b>	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____


19	Какой инструмент интернет-маркетинга в долгосрочной перспективе с большей долей вероятности привлечет на сайт посетителя с минимальной стоимостью затрат?	<p>A) контекстная реклама B) работа с социальными сетями <b>C) поисковая оптимизация</b> D) баннерная реклама E) таргетирование</p>
20	Ретаргетинг (или ремаркетинг) в рекламных системах – это:	<p><b>A) рекламный механизм, посредством которого онлайн-реклама направляется тем пользователям, которые уже просмотрели рекламируемый продукт, посетив сайт рекламодателя</b> B) перенаправление пользователя с рекламной площадки на сайт рекламодателя с использованием определенных интеллектуальных механизмов C) изменение рекламного объявления в режиме реального времени в зависимости от того, какой именно пользователь просматривает рекламу D) перенаправление пользователя с сайта рекламодателя на рекламную площадку E) рекламный механизм, посредством которого оффлайн-реклама направляется тем пользователям, которые уже просмотрели рекламируемый продукт, посетив сайт рекламодателя</p>
21	Продвижение в социальных сетях одно-значно приводит к:	<p>A) увеличению продаж B) снижению продаж C) росту трафика на сайт D) лояльности потребителей <b>E) изменению информационного поля компании (бренда)</b></p>
<b>Тема 8. Веб-аналитика и анализ эффективности рекламных кампаний</b>		
22	Эффективный контроль исполнения маркетинговых планов зависит от	<p><b>A) получения точной, своевременной и полной информации о рынках, требованиях и внешней среде маркетинга</b> B) наличия в штате сотрудника, непосредственно отвечающего за контроль маркетинговой деятельности C) уровня заработной платы сотрудников, осуществляющих контроль D) численности работников службы маркетинга E) численности логистов</p>
23	При контроле стратегического маркетинга сопоставляются	<p>A) финансовые результаты B) эффективность рекламных кампаний <b>C) достижение долгосрочных целей</b> D) выполнение плана прибыли за ряд лет E) выполнение плана прибыли за три года</p>
24	Данные, используемые для контроля маркетинговой деятельности	<p>A) фактические <b>B) плановые и фактические</b> C) прогнозные D) за прошлые периоды E) планируемые</p>

### 3.2.2 Типовые практические задания

#### Задание 1

На рынке города N производство цемента осуществляют три фирмы А, Б, В. Фирма А в апреле текущего года планирует выпустить 200 т цемента, товарный запас за март – 50т.

Фирма Б произведет 300 т, из них 100 т отправит по договору в Киев. Фирма В произведет 250 т. Запасы за март Б и В составят соответственно 40 т и 80 т. У фирмы В на

	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) «Проектный практикум "Интернет-маркетинг в бизнесе"» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Управление бизнесом» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент			
Версия документа - 1	<b>стр. 11 из 15</b>	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

складе осталось еще 100 т с мая прошлого года. Известно, что в оптовую сеть города N из Германии поступит 800 т цемента в апреле. Спрос в апреле месяце возрасте в 1,5 раза по сравнению с мартом из-за весенне-летнего периода. В марте спрос составил 1500 т.

Посчитать реальную и потенциальную емкость. 2. Определить доли фирм и дать характеристику рынка цемента в городе. 3. Интуитивно описать целевой сегмент.

#### Задание 2

В результате маркетинговых исследований предполагается увеличение доли фирмы на рынке с 14% до 18% при емкости рынка 52 млн. шт. продукта. Рассчитать дополнительную прибыль фирмы в предстоящем году, если прибыль на одно изделие составляет 1400 руб., а емкость рынка не изменяются. Затраты на маркетинговые усилия в расчете на год составляют 65 млн. руб.

#### Задание 3

Фирма при реализации продукции ориентируется на три сегмента рынка. В первом сегменте объем продаж в прошлом периоде составил 8 млн. шт. при емкости рынка в этом сегменте 24 млн. шт. Предполагается, что в настоящем году емкость рынка в этом сегменте возрастет на 2%, доля фирмы на 5%.

Во втором сегменте доля фирмы составляет 6%, объем продаж – 5 млн. шт. Предполагается, что емкость возрастет на 14% при сохранении доли.

В третьем сегменте емкость рынка составляет 45 млн. шт., доля фирмы – 0,18. Изменений не предвидится.

Определить объем продаж фирмы в настоящий период при данных условиях.

#### Задание 4

Разработайте номенклатуру товаров по вариантам с учетом всех параметров ассортимента (широта, насыщенность, глубина, сопоставимость), продаваемых в магазинах строительных материалов вывеской:

1 вариант - «Гвоздь», 2 вариант - «Ваши стены», 3 вариант - «Уютная ванная». Результаты по работы оформить в виде таблицы.

#### Задание 5


Потребитель-организация «Ленк» считает, что марка СО-57А штукатурного агрегата по необходимым ей свойствам оценивается: качество – 8 баллов, размер – 3 балла, цена – 6 баллов. 40% своего предпочтения фирма отдает качеству, 20% - размеру и 10% - цене. Оцените степень удовлетворения фирмы данной маркой штукатурного агрегата.

#### Задание 6

Монтажная пена поступает в розничную торговлю через оптовика. Себестоимость 1 баллона монтажной пены составляет 35 руб. Прибыль предприятия-изготовителя – 20% от себестоимости. Оптовая надбавка составляет 10% к оптовой цене предприятия. Торговая надбавка составляет 20% к цене закупки (НДС не рассчитываем). Определить розничную цену 1 баллона монтажной пены.

#### Задание 7

Торговая фирма закупает стеклоблоки по цене 195 руб. за штуку и продает в количестве 1700 шт. этого товара еженедельно по цене 235 руб. Маркетинговый отдел по результатам исследования рекомендует понизить на одну неделю цену на 5%. Рассчитать, сколько единиц товара нужно реализовать фирме, чтобы сохранить свою валовую прибыль на прежнем уровне.

 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) «Проектный практикум "Интернет-маркетинг в бизнесе"» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Управление бизнесом» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент			
Версия документа - 1	стр. 12 из 15	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

- А) считать издержки торговой фирмы = 0;  
 Б) считать издержки торговой фирмы = 10 руб. за шт.  
 Задание 8

Фирма-изготовитель продала через посредника 150 штук геодезических приборов для строительства по цене 4,5 тысячи рублей. Определить чистый доход фирмы-изготовителя, если себестоимость производства одного прибора составляет 3000 рублей, а вознаграждение посредника – 15% от объема продаж.

#### 4. ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

##### 4.1 Порядок проведения промежуточной аттестации

###### 4.1.1 Порядок проведения экзамена

Экзамен проводится в 2 этапа. На первом этапе студент решает тесты. Продолжительность – 60 минут. На втором этапе студент решает практические задания: выбирает инструментальные средства для обработки экономических данных в соответствии с поставленной задачей, анализирует результаты расчетов и обосновывает полученные выводы. Продолжительность – 30 минут.


##### 4.2 Критерии оценивания промежуточной аттестации по видам оценочных средств

###### 4.2.1 Критерии оценивания тестов

Максимальный балл за ответ на тесты – 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
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 практических заданий

 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) «Проектный практикум "Интернет-маркетинг в бизнесе"» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Управление бизнесом» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент			
Версия документа - 1	стр. 13 из 15	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____


Максимальный балл за выполнение практических заданий – 30 баллов.

<b>Отлично/ 27-30 баллов</b>	<b>Хорошо/ 23-26 баллов</b>	<b>Удовлетворительно/ 15-22 баллов</b>	<b>Неудовлетворительно/ 0-14 баллов</b>
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 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.	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 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.	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 инструментальные средства для обработки экономических данных в соответствии с поставленной задачей, проанализировать результаты расчетов и обосновать полученные выводы.	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 с поставленной задачей, проанализировать результаты расчетов и обосновать полученные выводы.

### 4.3 Результаты промежуточной аттестации и уровни сформированности компетенций

При подведении итогов учитываются результаты текущего и рубежного контролей, полученные баллы суммируются с баллами за каждый этап при прохождении промежуточной аттестации.

Критерии выведения итоговой оценки за компоненты компетенций при проведении промежуточной аттестации в виде экзамена: оценки «отлично» (А, А-; 4.0 – 3.67; 90 – 100%) заслуживает студент, обнаруживший

 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) «Проектный практикум "Интернет-маркетинг в бизнесе"» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Управление бизнесом» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент			
Версия документа - 1	<b>стр. 14 из 15</b>	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

всестороннее, систематическое и глубокое знание программного материала, умение свободно выполнять задания, предусмотренные программой, усвоивший основную и знакомый с дополнительной литературой, рекомендованной программой. Оценка «отлично» выставляется студентам, усвоившим взаимосвязь основных понятий дисциплины в их значении для будущей профессиональной деятельности, проявившим творческие способности в понимании, изложении и использовании учебного материала;

оценки «хорошо» (В+, В, В-; 3.33 – 2.67; 75 – 89%) заслуживает студент, обнаруживший полное знание программного материала, успешно выполняющий предусмотренные в программе задания, усвоивший основную литературу, рекомендованную в программе. Оценка «хорошо» выставляется студентам, показавшим систематический характер знаний по дисциплине и способным к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности;


оценки «удовлетворительно» (С+, С, С-, D+, D; 2.33 – 1.0; 50 – 74%) заслуживает студент, обнаруживший знание основного программного материала в объёме, необходимом для дальнейшей учёбы и предстоящей профессиональной деятельности, справляющийся с выполнением заданий, предусмотренных программой, знакомый с основной литературой, рекомендованной программой. «Удовлетворительно» выставляется студентам, допустившим погрешности не принципиального характера в ответе на экзамене и при выполнении экзаменационных заданий;

«неудовлетворительно» (F; 0; 0 – 49%) выставляется студенту, обнаружившему пробелы в знаниях основного программного материала, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение или приступить к профессиональной деятельности по окончании вуза без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

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 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,

 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) «Проектный практикум "Интернет-маркетинг в бизнесе"» по основной профессиональной образовательной программе высшего образования – программе бакалавриата «Управление бизнесом» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент			
Версия документа - 1	<b>стр. 15 из 15</b>	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

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 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».