

 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 16	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



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 16

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) 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 «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	Пороговый уровень Знает цель и задачи внедрения корпоративных информационных систем в организации Умеет выявлять информационные потребности пользователей для управления бизнес-процессами организации Владеет понятийным аппаратом в области корпоративных информационных систем для управления бизнес-процессами организации Продвинутый уровень Знает функции и назначение корпоративных информационных систем для управления бизнес-процессами организации Умеет формировать требования к корпоративной информационной системе организации Владеет навыками эксплуатации корпоративных информационных систем для управления бизнес-процессами организации Высокий уровень Знает принципы документирования и учета операций в корпоративной информационной системе организации, анализа финансовой и других видов отчетности для принятия управленческих решений Умеет вести документирование и учет операций, осуществлять анализ отчетности по основным бизнес-процессам организации в корпоративной информационной системе Владеет навыками документирования и анализа



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 16

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 16

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

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/№ 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: - задания теста № 1-3 - вопросы №-1-3
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: - задания теста № 4-6 - вопросы №-4-6
3	ПК-1.3 ПК-3.1 ПК-3.2	Создание и оптимизация сайта	- вопросы для устного собеседования - отчет по практической работе, слайд- презентация - слайд-презентация	Комплексная письменная работа: - задания теста № 7-9 - вопросы №-7-9 - практическое задание №1



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 16

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

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: - задания теста №10-12 - вопросы №-10-12
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: - задания теста №13-15 - вопросы №-13-15 - практическое задание №2
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: - задания теста №16-18 - вопросы №-16-18
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: - задания теста №19-21 - вопросы №-19-21
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: - задания теста №22-24 - практическое задание №3

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) к стратегической задаче C) к исполнительской задаче D) к аналитико-оценочной задаче E) к тактической задаче
2	С помощью какого механического	A) гальванометр



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. 7 из 16

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

	устройства экспонируются рекламные объявления с большой скоростью?	В) диаскоп С) тахистоскоп 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 E) все перечисленное
E-mail маркетинг		
4	Какой метод связей с общественностью является новым и оперативным?	A) выставка B) фотопродукция C) интернет-ресурс 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 C) представление товара одному или нескольким потенциальным клиентам, осуществляемое в процессе непосредственного общения, и имеющее целью продажу и установление длительных взаимоотношений с данными клиентами 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 реализуется в форме индивидуализированного диалога для получения немедленной обратной реакции
6	Причина популярности прямого маркетинга	A) возможность получения информации из различных баз данных B) дефицит времени у потребителей для совершения покупок C) возможность расплаты кредитными карточками D) повышение квалификации торгового персонала и, как следствие, повышение качества индивидуального обслуживания покупателей E) все перечисленное
Создание и оптимизация сайта		
7	Пример кода: <code>h1 { color: blue};</code> . В приведенном выше примере <code>color: blue</code> – определение правило. <code>h1</code> является	A) селектором B) определением C) значением D) свойством E) функцией
8	Какой из следующих элементов используется в качестве структурного контейнера для элементов формы?	A) <code><hr></code> B) <code><frame></code> C) <code><button></code> D) <code><fieldset></code>



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 16

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

		E) <label>
9	Какая из следующих спецификаций правильная для определения цветового стиля?	A) H1 {color: FF-00-88} B) H1 {color: red} C) H1 {font-color: red} D) H1 {color: rgb(#D46A11)} E) H1 {color: 66.7%/66.7%/73.3%}

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		
1.	www.marketing.spb.ru	
2.	www.4p.ru	
3.	www.xpressl.newmail.ru	
Поисковые системы и каталоги России и мира		
1	www.vandex.ru	
2	www.rambler.ru	
3	www.aport.ru	
4	www.list.ru	
5	www.vahoo.com	
Ресурсы, посвященные электронной коммерции		
1	www.maqazin.ru	
2	www.ecommerce.ru	
3	www.cnews.ru	
4	www.ecommerce.com.ua	



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 16

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

Базы данных предприятий		
1	www.yellowpages.ru	
2	www.vellowpages.rin.ru	
3	www.webstar.bos.ru/eniro/	
Продвижение сайта в интернете		
1	www.lps.ru	
2	www.registratura.ru	
3	www.networksolutions.com	
Интернет-ресурсы Республики Коми		
1	www.kominet.ru	
2	www.komi.com	
3	www.komiinform.ru	
4	www.svktvkar.ru	
5	www.webstar.bos.ru	
6	www.komi.ru	

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	A) продаж B) управления и контроля C) производственная D) спроса E) предложения
11	Назовите составляющие комплекса маркетинга	A) товарная политика B) товарная, ценовая, сбытовая и коммуникативная политика C) сбытовая политика D) коммуникативная политика E) ценовая политика
12	Стимулирующий маркетинг применяется при	A) при отрицательном спросе B) скрытом спросе C) отсутствии спроса D) нерациональном спросе E) всем вышеперечисленном
Маркетинг в социальных сетях и новых медиа		
13	Способом связи с аудиторией, характеризующимся низким возвратом данных, является:	A) телефон B) интервью C) эксперимент D) почта



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. 10 из 16

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

		Е) все ответы верны
14	Цель пилотажа анкет	А) измерение отношения потребителей В) оценка покупательской готовности С) определение реакции респондентов на содержание анкеты D) рыночное тестирование E) рыночное исследование
15	Тип вопроса, который следует использовать в том случае, если от респондента требуется выразить критическое отношение к себе	А) открытый В) закрытый С) прямой D) косвенный 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.

3.2.3 Примерные задания для проведения третьего и четвертого 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.	А) корреляционный В) регрессионный С) кластерный D) контент-анализ E) факторный анализ



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. 11 из 16

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

20	Формирование общенациональной политики, продвижение национальных программ:	A) PR-партии B) GR «Government Relations» C) само -PR D) государственный PR E) PR корпоративный
17		
18	В основе событийного PR лежит:	A) новость B) забытое событие C) черный PR D) сенсация 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) связи с общественностью D) политические связи E) социальные связи
20	Основные преимущества синдикативной маркетинговой информации	A) полное соответствие проблеме исследования B) точность и своевременность получения C) долевая стоимость, высокое качество D) полная достоверность E) объективность
21	Основные преимущества вторичной маркетинговой информации	A) полное соответствие проблеме исследования B) точность и своевременность получения C) экономия времени и денег D) полная достоверность и объективность E) частичное соответствие проблеме исследования
Веб-аналитика и анализ эффективности рекламных кампаний		
22	Показатель, обладающий большей степенью информативности для исследователя – это ...	A) мода B) медиана C) средняя величина D) статистический отчет E) медиаплан
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 (накопленного распределения частот) 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) дескриптивного анализа B) анализа различий C) предсказательного анализа D) коэффициентного анализа E) экспертного анализа



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 16

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

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 рекламой кампании.

Задание 3 Баннер на развлекательном сайте стоит 1756 рублей в неделю. Ориентировочное количество показов этого баннера аудитории — 14311 за неделю. Найти CPM.

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.



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 16

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

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 компетенций	Продвинутый уровень освоения проверяемых компетенций	Пороговый уровень освоения проверяемых компетенций	Недостаточный уровень освоения проверяемых 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	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	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	Демонстрируются: незнание большей части соответствующего вопроса, допускаются ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, студент даёт неверную оценку ситуации.



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. 14 из 16

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

самостоятельно составленные; излагается материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка.	последовательности и языковом оформлении излагаемого.	языковом оформлении излагаемого.
---	---	----------------------------------

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 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.



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. 15 из 16

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

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 не способен 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 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



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. 16 из 16

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

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».