

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

<b>Компетенция</b>	<b>Индикатор достижения компетенции</b>
ПК-8 Способен участвовать в подготовке и проведении мероприятий маркетинговой,	ПК-8.1 Описывает методики оценки результативности распространения на внешних

коммерческой, инвестиционной и иных видов политики организации в сфере внешней торговли и международного бизнеса	рынках рекламной информации о продукции организации в зависимости от каналов распространения
--	--

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

