

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Соловьев Дмитрий Александрович  
Должность: ректор ФГБОУ ВО «Саратовский государственный университет имени Н.И. Вавилова»  
Дата подписания: 14.09.2024 08:51:23  
Уникальный программный идентификатор:  
528682d78e671e566a807f0194ba2f32f735a12

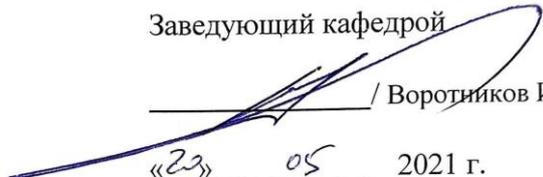


**МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение  
высшего образования  
«Саратовский государственный аграрный  
университет  
имени Н.И. Вавилова»**

**УТВЕРЖДАЮ**

Заведующий кафедрой

 / Воротников И.Л./

«23» 05 2021 г.

## **ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ**

Дисциплина	<b>ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ</b>
Направление подготовки / специальность	<b>38.03.06 Торговое дело</b>
Направленность (профиль)	<b>Маркетинг и рыночная аналитика в АПК</b>
Квалификация выпускника	<b>бакалавр</b>
Нормативный срок обучения	<b>4 года</b>
Форма обучения	<b>Очно-заочная</b>
Кафедра-разработчик	<b>Проектный менеджмент и внешнеэкономическая деятельность в АПК</b>
Ведущий преподаватель	<b>Богатырев С.А., профессор</b>

*Разработчик: профессор, Богатырев С.А.*

  
(подпись)

**Саратов 2021**

## Содержание

1	Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения ОПОП .....	3
2	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания .....	6
3	Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.....	12
4	Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы их формирования .....	16

## 1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения ОПОП

В результате изучения дисциплины «Интернет-маркетинг» обучающиеся, в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 12.08.2020 г. № 963, формируют следующие компетенции, указанные в таблице 1.

Таблица 1

### Формирование компетенций в процессе изучения дисциплины «Интернет-маркетинг»

Компетенция		Структурные элементы компетенции (в результате освоения дисциплины обучающийся должен знать, уметь, владеть)	Этапы формирования компетенции в процессе освоения ОПОП (семестр)	Виды занятий для формирования компетенции	Оценочные средства для оценки уровня сформированности компетенции
Код	Наименование				
1	2	3	4	5	6
ОП К-5	способен использовать современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач	ОПК-5.4. Использует современные информационные технологии для продвижения товаров на отраслевых рынках	8	Лекции, практические занятия	Устный опрос, самостоятельная работа

#### Примечание:

Компетенция ОПК-5 также формируется в ходе освоения дисциплин: Организация и проведение деловых переговоров, информатика, цифровые технологии в маркетинге, а также в ходе подготовке к защите и защиты выпускной квалификационной работы.

## 2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

### Перечень оценочных материалов

Таблица 2

№ п/п	Наименование оценочного материала	Краткая характеристика оценочного материала	Представление оценочного средства в ОМ
1	Устный отчет по практическим работам	совместная деятельность группы обучающихся и преподавателя с целью решения учебных и профессионально-ориентированных задач путем изучения технологических процессов в рамках заданной темы с применением методов, освоенных на лекциях, позволяющая оценивать умение анализировать и решать типичные профессиональные задачи	практические занятия для выработки практических навыков использования возможностей Интернета в маркетинге.
4	Доклад	продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой краткое изложение в устном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее	темы докладов, связанные с интернет-маркетингом
5	Собеседование	Средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной и рассчитанной на выявление объема знаний обучающегося по определенному разделу, теме.	
6	контрольная работа	средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по разделу или нескольким разделам	комплект контрольных заданий по вариантам
7	Тест	способ изучения глубинных процессов деятельности системы, посредством помещения системы в разные ситуации и отслеживание доступных наблюдению изменений в ней.	Комплект тестов

## Программа оценивания контролируемой дисциплины

Таблица 3

№ п/п	Контролируемые разделы (темы дисциплины)	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства
1	2	3	4
1	Использование интернета для маркетинговых целей	ОПК-5	Устный опрос, доклад
2	Использование поисковых систем в маркетинге	ОПК-5	Устный опрос, доклад
3	Интернет-реклама	ОПК-5	Устный опрос, контрольная работа
4	Методы продвижения	ОПК-5	Устный опрос, доклад
5	Создание партнерских программ	ОПК-5	Устный опрос, доклад
6	Использование социальных сетей в маркетинге	ОПК-5	Устный опрос, контрольная работа
7	Инструменты цифрового маркетинга	ОПК-5	Устный опрос, доклад

### Описание показателей и критериев оценивания компетенций по дисциплине «Интернет-маркетинг» на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Таблица 4

Код компетенции, этапы освоения компетенции	Индикаторы достижения компетенций	Показатели и критерии оценивания результатов обучения			
		ниже порогового уровня (неудовлетворительно)	пороговый уровень (удовлетворительно)	продвинутый уровень (хорошо)	высокий уровень (отлично)
1	2	3	4	5	6
ОПК-5 8 семестр	ОПК-5.4. Использует современные информационные технологии для продвижения товаров на отраслевых рынках	обучающийся не знает значительной части программного материала, плохо ориентируется в материале, не знает практику применения материала, допускает существенные ошибки	обучающийся демонстрирует знания только основного материала, но не знает деталей, допускает неточности в формулировках, нарушает логическую последовательность в изложении программного материала	обучающийся демонстрирует знание материала, не допускает существенных неточностей	обучающийся демонстрирует знание основ интернет маркетинга, практики применения материала, исчерпывающе и последовательно, четко и логично излагает материал

### **3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы**

#### **3.1. Контрольные работы**

Цель контрольной работы: углубить, систематизировать и закрепить теоретические знания обучающихся, проверить степень усвоения одной темы или вопроса.

Тематика контрольных и самостоятельных работ устанавливается в соответствии с изученной темой

Количество вариантов заданий – по теме используется два варианта заданий.

Приводится пример одного из вариантов по теме для самостоятельных и контрольных работ.

#### **Тема: Факторы внешнего влияния на поведение потребителей**

##### **1 ВАРИАНТ**

**Задание 1.** Составьте три рекламных обращения в сети Интернет для предприятия, торгующего продукцией растениеводства: зерно, мука, крупа, капуста, картофель, морковь. Каких результатов можно ожидать по каждому продукту? Опишите возможные стандартные и нестандартные рекламные носители.

**Задание 2.** Проанализируйте платежеспособность аудитории социальных сетей в 2020 году.

**Задание 3.** Дайте предложения как убедить потенциального клиента при переходе на ваш профиль в инстаграмм за 7 секунд, чтобы заинтересовать его, «убедить» остаться с вами, а не продолжить поиски аналога у конкурентов.

#### **3.2. Тесты**

Цель тестов: получить ответ от испытуемого обучающегося, на основе которого может быть сделан вывод о его знаниях, интеллектуальных умениях, способностях, представлениях, навыках на определенной области содержания..

##### **Варианты тестовых заданий:**

1. Что такое целевое действие пользователя на сайте? Укажите наиболее правильный и полный ответ.

Выберите один ответ:

- Целевое действие – это звонок потенциального клиента в офис компании
  - Целевое действие – это время, которое проводит пользователь на сайте
  - 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
2. Укажите вариант, где верно описана последовательность разработки сайта.

Выберите один ответ:

- Составление договора на работы, разработка дизайна, верстка, программирование, наполнение сайта информацией, тестирование
- Составление технического задания, выбор системы администрирования, верстка, программирование, наполнение сайта информацией, проведение работ по стартовой поисковой оптимизации
- Составление технического задания, разработка дизайна, установка системы администрирования, наполнение сайта информацией, продвижение
- Предпроектное проектирование, составление технического задания, разработка дизайна, верстка, установка системы администрирования, программирование, тестирование, наполнение сайта информацией

### **3.3. Промежуточная аттестация**

В соответствии с учебным планом по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачета.

Целью проведения промежуточной аттестации - зачета - является комплексная и объективная оценка качества усвоения обучающимися теоретических знаний, умения систематизировать полученные знания и применять их к решению практических задач, уровня сформированности компетенций при освоении дисциплины «Поведение потребителей».

#### **Тематика вопросов, выносимых на зачет**

1. Понятие интернет-маркетинга и принципы этических маркетинговых коммуникаций в Интернет
2. Три поколения интернета
3. Интернет будущего – Web 3.0
4. Передовые инструменты цифрового маркетинга
5. Основные тенденции развития интернета

6. Создание веб-сайта и типы сайтов
7. Этапы развития веб-сайтов и появление веб-систем
8. Характеристика интернет-пользователей
9. Конкуренты в Интернет и бенчмаркинг
10. Уникальное торговое предложение сайта и общая стратегия продвижения
11. Понятие поисковой системы и правила поиска информации
12. Понятие поискового маркетинга.
13. Таргетинг.
14. Виды и инструменты поискового маркетинга. Поисковая оптимизация сайта
15. Комплексный аудит сайта
16. Составление семантического ядра сайта
17. Внешние факторы поисковой оптимизации
18. Понятие и основные тенденции развития электронной почты
19. Принципы современного цифрового маркетинга
20. Приемы подготовки эффективного электронного письма
21. Баннерная реклама
22. Баннерообменные сети
23. Рич-медиа реклама
24. Текстовая реклама
25. Взаимодействие с тематически близкими ресурсами
26. Обмен статьями
27. Трансляция новостей и информеры
28. Реклама в отправляемых с веб-интерфейса письмах
29. Реклама в рассылках отраслевых ресурсов
30. Размещение сообщений в форумах, гостевых книгах и на досках объявлений
31. Эмуляция дискуссий в блогосфере
32. Корпоративные блоги
33. Нестандартные рекламные носители
34. Product placement в виртуальных городах
35. Вирусный маркетинг в Интернете
36. Размещение публикаций в сетевых СМИ
37. Размещение пресс-релизов
38. Он-лайн-конференции
39. Организация PR-кампаний в интернете
40. Спам
41. Обман поисковых систем
42. Накрутка цитируемости
43. Накрутка счетчиков
44. Накрутка посещаемости
45. Всплывающие окна
46. «Черный» PR
47. Тайпсквоттинг

48. Понятие партнерских программ
49. Достоинства партнерских программ
50. Создание партнерской программы
51. Понятие социальной сети
52. Изменение роли маркетолога в социальных сетях
53. Новые правила взаимодействия
54. План маркетинга в социальной сети
55. Определение образа участника и целеполагание
56. Создание собственной цифровой платформы
57. План отбора каналов и креативная концепция
58. Схема контента
59. Создание осведомленности и влияния
60. План унификации каналов

#### **4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

##### **4.1 Процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности**

Контроль результатов обучения обучающихся, этапов и уровня формирования компетенций по дисциплине «Интернет-маркетинг» осуществляется через проведение текущего, выходного контролей и контроля самостоятельной работы.

Формы текущего, промежуточного и итогового контроля и контрольные задания для текущего контроля разрабатываются кафедрой исходя из специфики дисциплины, и утверждаются на заседании кафедры.

##### **4.2 Критерии оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы**

Описание шкалы оценивания достижения компетенций по дисциплине приведено в таблице 6.

Таблица 6

Уровень освоения компетенции	Отметка по пятибалльной системе (промежуточная аттестация)*			Описание
<b>высокий</b>	«отлично»	«зачтено»	«зачтено (отлично)»	Обучающийся обнаружил всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, умеет свободно

Уровень освоения компетенции	Отметка по пятибалльной системе (промежуточная аттестация)*			Описание
				выполнять задания, предусмотренные программой, усвоил основную литературу и знаком с дополнительной литературой, рекомендованной программой. Как правило, обучающийся проявляет творческие способности в понимании, изложении и использовании материала
<i>базовый</i>	«хорошо»	«зачтено»	«зачтено (хорошо)»	Обучающийся обнаружил полное знание учебного материала, успешно выполняет предусмотренные в программе задания, усвоил основную литературу, рекомендованную в программе
<i>пороговый</i>	«удовлетворительно»	«зачтено»	«зачтено (удовлетворительно)»	Обучающийся обнаружил знания основного учебного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии, справляется с выполнением практических заданий, предусмотренных программой, знаком с основной литературой, рекомендованной программой, допустил погрешности в ответе на зачете и при выполнении практических заданий, но обладает необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя
–	«неудовлетворительно»	«не зачтено»	«не зачтено (неудовлетворительно)»	Обучающийся обнаружил пробелы в знаниях основного учебного материала, допустил принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой практических заданий, не может продолжить обучение или приступить к профессиональной деятельности по окончании образовательной организации без дополнительных занятий

\* - форма промежуточной аттестации в семестре определяется в соответствии с таблицей 2 рабочей программы дисциплины (модуля)

#### 4.2.1. Критерии оценки устного ответа при промежуточной аттестации

При ответе на вопрос обучающийся демонстрирует:

**знания:** основных понятий в области интернет-маркетинга; факторы, влияющие на процесс принятия решения при выборе цифрового инструмента

маркетинга;

**умения:** использовать интернет для маркетинговых целей, обеспечивать необходимый уровень пользователя;

**владение навыками:** поискового маркетинга и использования социальных сетей.

### Критерии оценки

<b>отлично</b>	обучающийся демонстрирует: <ul style="list-style-type: none"><li>- знание основных понятий в области интернет-маркетинга; факторы, влияющие на процесс использования интернета, исчерпывающе и последовательно, четко и логично излагает материал, хорошо ориентируется в материале, не затрудняется с ответом при видоизменении заданий;</li><li>- умение поиска информации, обеспечивать необходимый уровень пользователя, используя современные интернет-технологии;</li><li>- успешное и системное владение навыками создания сайтов, использование интернета для маркетинговых целей.</li></ul>
<b>хорошо</b>	обучающийся демонстрирует: <ul style="list-style-type: none"><li>- знание материала, не допускает существенных неточностей;</li><li>- в целом успешное, но содержащее отдельные пробелы, умение прогнозировать активность пользователей, обеспечивать необходимый уровень качества цифрового маркетинга;</li><li>- в целом успешное, но содержащее отдельные пробелы или сопровождающееся отдельными ошибками владение навыками разработки сайтов.</li></ul>
<b>удовлетворительно</b>	обучающийся демонстрирует: <ul style="list-style-type: none"><li>- знания только основного материала, но не знает деталей, допускает неточности, допускает неточности в формулировках, нарушает логическую последовательность в изложении программного материала;</li><li>- в целом успешное, но не системное умение работать в интернете, обеспечивать необходимый уровень качества исполнения;</li><li>- в целом успешное, но не системное владение навыками разработки интернет-продуктов.</li></ul>
<b>неудовлетворительно</b>	обучающийся: <ul style="list-style-type: none"><li>- не знает значительной части программного материала, плохо ориентируется в материале (знание основных понятий в области интернет-маркетинга; факторы, влияющие на процесс принятия решения при выборе инструмента маркетинга), не знает практику применения материала, допускает существенные ошибки;</li><li>- не умеет прогнозировать продвижение товара с помощью интернета, обеспечивать необходимый уровень качества продукта, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет самостоятельную работу, большинство заданий, предусмотренных программой дисциплины, не выполнено;</li></ul>

	- обучающийся не владеет навыками работы в кибер пространстве, использования современных компьютерных технологий
--	--

#### 4.1.2. Критерии оценки выполнения контрольных работ

При выполнении контрольных (самостоятельных) работ обучающийся демонстрирует:

**знания:** основных понятий в области интернет-маркетинга; факторы, влияющие на процесс принятия решения при выборе инструмента маркетинга;

**умения:** применять различные методы для выполнения задания контрольной работы;

**владение навыками:** разработки методики интернет-маркетинга.

#### Критерии оценки выполнения контрольных работ

<b>отлично</b>	обучающийся демонстрирует: - полные и правильные ответы на все вопросы, успешное решение задач с необходимыми пояснениями, корректная формулировка понятий и категорий
<b>хорошо</b>	обучающийся демонстрирует: - недостаточно полные и правильные ответы на все вопросы, несущественные ошибки в решении задач
<b>удовлетворительно</b>	обучающийся демонстрирует: - допущены ошибки в решении задач, неточные формулировки, отсутствуют ответы на 1-2 вопроса
<b>неудовлетворительно</b>	обучающийся: - задание не выполнил, совершил большое количество существенных ошибок

#### 4.1.3. Критерии оценки ответов на вопросы тестов

При ответе на вопросы тестов обучающийся демонстрирует:

**знания:** основных понятий в области интернет-маркетинга; факторы, влияющие на процесс принятия решения при выборе инструмента маркетинга;

**умения:** анализировать варианты ответов тестов;

**владение навыками:** вырабатывать решение; владения информацией.

#### Критерии оценки тестирования

<b>отлично</b>	обучающийся демонстрирует: - правильные ответы на все вопросы, подробная аргументация своего выбора, хорошее знание теоретических аспектов дисциплины
<b>хорошо</b>	обучающийся демонстрирует: - правильные ответы на большинство вопросов, достаточная аргументация своего выбора, определённое знание теоретических аспектов дисциплины
<b>Удовлетворительно</b>	обучающийся демонстрирует: - частично правильное тестирование, недостаточная аргументация своего выбора

<b>неудовлетворительно</b>	обучающийся: - неправильно ответил на большинство вопросов, отсутствуют необходимые знания теоретического материала
----------------------------	--

*Разработчик: профессор Богатырев С.А.*

  
\_\_\_\_\_  
(подпись)