

Министерство культуры Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный институт культуры»
Факультет информационных, библиотечных и музейных технологий
Кафедра технологии документальных и медиакоммуникаций

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по учебной дисциплине

DIGITAL-MARKETING

Направление подготовки
42.03.05 Медиакоммуникации,

профиль подготовки
«Медиакоммуникации в коммерческой и социальной сферах»

Квалификация (степень) выпускника
Бакалавр

Форма обучения
очная, заочная

Утверждена на заседании кафедры
Технологии документальных коммуникаций
24.05.2022 г., протокол № 10

Составитель: Дворовенко О.В.

Кемерово

1. Перечень оцениваемых компетенций:

УК-2 – Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.

ПК-5 – Готов использовать технологии менеджмента и маркетинга, участвовать в принятии компетентных управленческих решений в функциональной профессиональной деятельности на основе применения нормативно-правовых актов.

2. Критерии и показатели оценивания компетенций

Обучающийся должен демонстрировать следующие результаты обучения по дисциплине:

знать:

- Понятие digital-маркетинг (З1);
- принципы digital-маркетинга (З2);
- источники маркетинговой информации в сети Интернет (З3);
- методы проведения маркетинговых исследований в виртуальном пространстве (З4);
- этапы внешней и внутренней поисковой оптимизации (З5);
- элементы digital-маркетинга (З6);
- показатели эффективности digital-маркетинга (З7);

уметь:

- определять инструменты комплекса digital-маркетинга (У1);
- определять источники маркетинговой информации в сети Интернет (У2);
- определять методы маркетинговых исследований в виртуальном пространстве в соответствии с целями (У3);
- определять инструменты digital-маркетинга (У4);
- определять показатели эффективности digital-маркетинга (У5);

владеть:

- инструментами комплекса digital-маркетинга (В1);
- методами проведения маркетинговых исследований в виртуальном пространстве (В2);
- инструментами комплекса digital-маркетинга (В3).

3. Формируемые компетенции в структуре учебной дисциплины и средства их оценивания

Разделы (темы) дисциплины	Код оцениваемой компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (ЗУВ)	Оценочное средство
Понятие и структура digital-маркетинга	УК-2	З1, З2; У1, В1	Изучение материалов из списка дополнительной литературы.
Методы проведения маркетинговых исследований.	УК-2 ПК-5	З3, З4; У2, У3, В1, В2	Изучение материалов из списка дополнительной литературы.

			литературы. Подготовка к учебному проекту.
Внешняя и внутренняя поисковая оптимизация.	ПК-5	35, У3, В2	Изучение материалов из списка дополнительной литературы.
Корпоративный сайт как основа интернет-продвижения.	УК-2 ПК-5	36, У4, В1, В3	Изучение материалов из списка дополнительной литературы. Подготовка к дискуссии.
Социальные сети.	УК-2 ПК-5	36, У4, В1, В3	Изучение материалов из списка дополнительной литературы. Подготовка к учебному проекту.
Показатели эффективности Digital-маркетинга.	ПК-5	37, У5, В3	Изучение материалов из списка дополнительной литературы. Подготовка к учебному проекту.

4. Оценочные средства по дисциплине для текущего контроля и описание критериев оценивания

4.1 Описание критериев оценивания компетенций на различных уровнях их формирования

При выставлении оценки преподаватель учитывает: логику, структуру, стиль ответа; культуру речи, манеру общения; готовность к дискуссии, аргументированность ответа; уровень самостоятельного мышления; умение приложить теорию к практике, решить задачи.

Нулевой уровень («неудовлетворительно»). Результаты обучения свидетельствуют, что обучающийся:

- усвоил некоторые элементарные профессиональные знания, но не владеет понятийным аппаратом области профессиональной деятельности;
- не умеет установить связь теории с практикой;
- не владеет способами решения практико-ориентированных задач.

Первый уровень – пороговый («удовлетворительно»). Достигнутый уровень оценки результатов обучения выпускника показывает, что выпускник:

- обладает фрагментарными знаниями, отличающимися поверхностностью и малой содержательностью; раскрывает содержание вопроса не глубоко, бессистемно, с некоторыми неточностями;
- слабо, недостаточно аргументированно обосновывает связь теории с практикой;
- понимает и способен интерпретировать основной теоретический материал области профессиональной деятельности.

Второй уровень повышенный («хорошо»). Обучающийся на должном уровне:

- раскрывает учебный материал: даёт содержательно полный ответ, требующий незначительных дополнений и уточнений, которые он может сделать самостоятельно после наводящих вопросов членов государственной экзаменационной комиссии;
- демонстрирует учебные умения и навыки в области решения практико-ориентированных задач;
- владеет способами анализа, сравнения, обобщения и обоснования выбора методов решения практико-ориентированных задач.

Третий уровень продвинутый («отлично»). Обучающийся, достигающий данного уровня:

- даёт полный, глубокий, логично выстроенный по содержанию вопроса ответ, используя различные источники информации, не требующий дополнений и уточнений;
- доказательно иллюстрирует основные теоретические положения практическими примерами;
- способен глубоко анализировать теоретический и практический материал, обобщать его, самостоятельно делать выводы, вести диалог и высказывать свою точку зрения.

4.2. Критерии оценивания практических работ

В ходе освоения дисциплины предусмотрено 6 практических работ (32 часа). Описания практических работ представлены в электронном учебно-методическом комплексе дисциплины, размещенном на сайте «Электронная образовательная среда КемГИК»).

Критерии оценивания:

- **5 баллов** ставится в том случае, если:
выполнены все задания в практической работе, обучающийся обнаруживает полное понимание материала, соблюдает требования к представлению результатов выполнения заданий практической работы;
- **4 балла** ставится в том случае, если:
выполнены все задания в практической работе, обучающийся соблюдает требования к представлению результатов выполнения заданий практической работы, однако допускает единичные ошибки, неточности;
- **2 балла** ставится в том случае, если:
выполнена большая часть заданий в практической работе, обучающийся знает и понимает основные положения данной темы, но допускает единичные ошибки; студент в целом соблюдает требования к представлению результатов выполнения заданий практической работы, но допускает единичные неточности;
- **1 балл** ставится в том случае, если:
выполнено меньше половины заданий практической работы, задания выполнены не в полном объеме или допущены ошибки, неточности, обучающийся нарушает требования к представлению результатов выполнения заданий практической работы;
- **0 баллов** ставится в том случае, если:
практическая работа не выполнена.

Максимальное количество баллов составляет 30.

4.3. Критерии оценивания для устного опроса

Знания, умения и навыки обучающихся при устном опросе определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

«Отлично» – обучающийся глубоко и прочно усвоил весь программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется со сквозными вопросами, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок.

«Хорошо» – обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допускает существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения.

«Удовлетворительно» – обучающийся усвоил только основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала.

«Неудовлетворительно» – обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки в изложении программного материала.

5. Оценочные средства по дисциплине для промежуточного контроля

5.1. Вопросы к экзамену

Обязательным условием получения экзамена является выполнение всех практических заданий по курсу, защита реферата и прохождение тестовых заданий. Среднее арифметическое значение всех полученных оценок в ходе текущей аттестации может служить основанием для экзамена.

В тестовом задании представлены вопросы, которые имеют закрытый и открытый характер.

Вопрос	Ответ
1. В чем особенность концепции digital-маркетинга? А) социально-этический маркетинг Б) акцент на построение долгосрочных отношений с клиентами на основе эффективной системы коммуникаций, где одно из главных мест занимают современные каналы коммуникации В) коммерциализация Интернета	Б) акцент на построение долгосрочных отношений с клиентами на основе эффективной системы коммуникаций, где одно из главных мест занимают современные каналы коммуникации
2. В чем заключается главное отличие digital - маркетинга от классического маркетинга?	digital -маркетинг позволяет таргетировать каждого отдельного пользователя
3. В чем заключается цель создания веб-сайта? А) маркетинговые усилия компании, или демонстрация компетентности автора веб-сайта Б) удовлетворение корпоративных амбиций В) донесение важной информации до потребителей, контрагентов, общественности и т.д	В) донесение важной информации до потребителей, контрагентов, общественности и т.д
4. Возможно ли отнести доступ к представителям определенных целевых групп, прямой контакт с которыми затруднен или невозможен в силу географической удаленности или в силу особенностей профессиональной деятельности (напряженный график работы, постоянные разъезды и т.п.) к недостаткам онлайн-маркетинговых исследований?	нет, это положительный показатель
5. Вторичная информация в интернет маркетинговых исследованиях – это... А) информация, собираемая впервые для конкретного объекта, задачи или цели с использованием специальных процедур и приемов Б) пропускная способность сети В) предварительно обработанные данные, собранные из внешних и внутренних источников для решения различных маркетинговых задач	В) предварительно обработанные данные, собранные из внешних и внутренних источников для решения различных маркетинговых задач
6. Как называется процесс поиска данных при Интернет исследованиях?	Б) интеллектуальный анализ данных

А) анализ результатов. SMM (Social Media Marketing) Б) интеллектуальный анализ данных В) продвижение в социальных сетях	
7. Какие задачи, решаемые корпоративным сайтом, относятся к задачам маркетинга и управления брендом? А) предоставление первичной маркетинговой информации о компании, ее продуктах, услугах, решениях и клиентах Б) предоставление информации электронным и печатным СМИ (в том числе через подкасты, видеопередачи и rss-каналы) В) проведение опросов и анкетирования	А) предоставление первичной маркетинговой информации о компании, ее продуктах, услугах, решениях и клиентах
8. Каковы критерии, по которым выбирается доменное имя?	запоминаемость адреса
9. Какого инструмента НЕТ в digital-маркетинга? А) реклама в социальных сетях (smm) Б) баннерная реклама В) геолокационная рассылка	В) геолокационная рассылка
10. Какую цель преследуют интернет – маркетинговые исследования digital-маркетинга? А) выявление и идентификация возможностей и угроз для компании Б) формирование статичных или анимированных баннеров, которые размещается в результатах поиска по определенному запросу В) формирование короткого текстового объявления, которое размещается в поисковых системах	А) выявление и идентификация возможностей и угроз для компании

Шкала оценивания:

Тестирование обучающихся проводится после изучения дисциплины в соответствии с настоящей программой и является обязательным для всех студентов. Тесты включены в учебно-методический комплекс дисциплины, размещенный в «Электронной образовательной среде КемГИК».

Тесты включают 10 тестовых заданий. Результаты тестирования оцениваются в баллах в соответствии со следующими критериями:

- 100-90% (10-8 правильных ответов) - «отлично»;
- 89-75% (7-5 правильных ответов) - «хорошо»;
- 74-60% (4-3 правильных ответов) - «удовлетворительно»;
- ниже 60% (2 и менее правильных ответов) - «неудовлетворительно».

5.2 Методика и критерии оценки результатов обучения по дисциплине

Зачет по дисциплине принимается в форме собеседования (по вопросам), в ходе которого определяется уровень усвоения обучающимися материала, предусмотренного рабочей программой дисциплины.

Общие правила оценки успеваемости обучающегося в течение семестра

<i>Виды работ</i>	<i>Количество баллов</i>
Устный опрос	Максимум $12 \times 5 = 60$ баллов
Выполнение практических работ	Максимум $6 \times 5 = 30$ баллов
Тестирование	Максимум 10 баллов
<i>Итого за семестр:</i>	Максимум – 100 баллов

Критерии оценивания: знания, умения и навыки обучающихся при промежуточной аттестации в форме зачета определяются формами – «зачтено», «не зачтено».

«Зачтено» выставляется, если обучающийся достиг уровней формирования компетенций: продвинутый, повышенный, пороговый – обучающийся при ответе демонстрирует знание лекционного материала, базового учебника, дополнительной учебной и научной литературы, логично выстраивает свой ответ, владеет культурой устной речи, уверенно использует профессиональную лексику, приводит разные точки зрения по излагаемому вопросу.

«Не зачтено» соответствует нулевому уровню формирования компетенций – обучающийся отвечает неуверенно, в ответе обнаруживаются пробелы в знаниях основного учебного материала, слабо использует профессиональную лексику, затрудняется в приведении примеров, допускает принципиальные ошибки в объяснении.

Шкала перевода баллов в оценки

Уровень формирования компетенции	Оценка	Минимальное количество баллов	Максимальное количество баллов
Продвинутый, повышенный, пороговый	Зачтено	60	100
Нулевой	Не зачтено	0	60