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-МАРКЕТИНГ**

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 (З 2);
  + источники маркетинговой информации в сети Интернет (З 3);
  + методы проведения маркетинговых исследований в виртуальном пространстве (З 4);
  + этапы внешней и внутренней поисковой оптимизации (З 5);
  + элементы digital-маркетинга (З 6);
  + показатели эффективности digital-маркетинга (З 7);

*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).

1. **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. Подготовка к учебному проекту. |
| Внешняя и внутренняя поисковая оптимизация. | ПК-5 | З5, У3, В2 | Изучение материалов из списка дополнительной литературы. |
| Корпоративный сайт как основа интернет-продвижения. | УК-2  ПК-5 | З6, У4, В1, В3 | Изучение материалов из списка дополнительной литературы. Подготовка к дискуссии. |
| Социальные сети. | УК-2  ПК-5 | З6, У4, В1, В3 | Изучение материалов из списка дополнительной литературы. Подготовка к учебному проекту. |
| Показатели эффективности Digital-маркетинга. | ПК-5 | З7, 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 поверхностью 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 |
| 1. В чем заключается главное отличие digital -маркетинга от классического маркетинга? | digital -маркетинг позволяет таргетировать каждого отдельного пользователя |
| 1. 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 |
| 1. 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 |
| 1. 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 |
| 1. Как называется процесс поиска данных при Интернет исследованиях?   А) анализ результатов. SMM (Social Media Marketing)  Б) интеллектуальный анализ данных  В) продвижение в социальных сетях | Б) интеллектуальный анализ данных |
| 1. 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 |
| 1. Каковы критерии, по которым выбирается доменное имя? | запоминаемость адреса |
| 1. Какого инструмента НЕТ в digital-маркетинга?   А) реклама в социальных сетях (smm)  Б) баннерная реклама  В) геолокационная рассылка | В) геолокационная рассылка |
| 1. 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**

|  |  |
| --- | --- |
| *Виды работ* | *Количество баллов* |
| Устный опрос | Максимум 12 × 5 = 60 баллов |
| Выполнение практических работ | Максимум 6 × 5 = 30 баллов |
| Тестирование | Максимум 10 баллов |
| *Итого за семестр:* | Максимум – 100 баллов |

***Критерии оценивания: з***нания, 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 |