

**ГАОУ ВО «ДАГЕСТАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА»**

*Утверждены решением
Ученого совета ДГУНХ,
протокол № 12
от 30 мая 2024 г.*

**КАФЕДРА «ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И
ИНФОРМАЦИОННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ»**

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

**ПО ДИСЦИПЛИНЕ
«ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ»**

**Направление подготовки
38.04.05 Бизнес-информатика,
профиль «УПРАВЛЕНИЕ ИТ –ПРОЕКТАМИ И ПРОДУК-
ТАМИ»**

Уровень высшего образования – магистратура

УДК 338.518.
ББКУ9(2)310-823.2

Составитель – Савзиханова Сабина Эминовна, доктор экономических наук, профессор кафедры «Информационные технологии и информационная безопасность» ДГУНХ.

Внутренний рецензент – Эминова Нигара Эминовна, кандидат экономических наук, доцент кафедры «Информационные технологии и информационная безопасность» ДГУНХ.

Внешний рецензент – Кутаев Шихрагим Кутаевич, доктор экономических наук, Врио Директора института социально-экономических исследований Дагестанского научного центра Российской Академии Наук.

Представитель работодателя - Ботвин Тимур Анатольевич, директор по продажам в отделе продаж Яндекс Маркет для бизнеса в ООО «Технолджикал Деливери Сервисез».

Оценочные материалы по дисциплине «Цифровой маркетинг» разработаны в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.04.05 Бизнес-информатика, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 августа 2020 г., № 990, в соответствии с приказом от 5 апреля 2017г., в соответствии с приказом Министерства науки и высшего образования от 6.04.2021 г., № 245 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры».

Оценочные материалы по дисциплине «Цифровой маркетинг» размещены на официальном сайте www.dgunh.ru

Савзиханова С.Э. Оценочные материалы по дисциплине «Цифровой маркетинг» для направления подготовки 38.04.05 Бизнес-информатика, профиль «Управление IT –проектами и продуктами». – Махачкала: ДГУНХ, 2024 г., - 45с.

Рекомендованы к утверждению Учебно-методическим советом ДГУНХ 28 мая 2024 г.

Рекомендована к утверждению руководителем основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы магистратуры по направлению подготовки 38.04.05 Бизнес-информатика, профиль «Управление IT –проектами и продуктами», д.э.н., Савзихановой С.Э.

Одобрены на заседании кафедры «Информационные технологии и информационная безопасность» 23 мая 2024 г., протокол № 10.

СОДЕРЖАНИЕ

Назначение оценочных материалов.....	4
РАЗДЕЛ 1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения дисциплины.....	5
1.1 Перечень формируемых компетенций.....	5
1.2 Перечень компетенций с указанием видов оценочных средств	6
РАЗДЕЛ 2. Задания, необходимые для оценки планируемых результатов обучения по дисциплине	9
РАЗДЕЛ 3. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания....	35
РАЗДЕЛ 4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков, характеризующие этапы формирования компетенций.....	38
Лист актуализации оценочных материалов по дисциплине.....	45

Назначение оценочных материалов

Оценочные материалы для текущего контроля успеваемости (оценивания хода освоения дисциплин), для проведения промежуточной аттестации (оценивания промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплине) обучающихся по дисциплине «Цифровой маркетинг» на соответствие их учебных достижений поэтапным требованиям образовательной программы высшего образования 38.04.05 Бизнес-информатика, профиль «Управление IT –проектами и продуктами».

Оценочные материалы по дисциплине «Цифровой маркетинг» включают в себя: перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения ОП ВО; описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания; типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения ОПОП; методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Оценочные материалы сформированы на основе ключевых принципов оценивания:

- валидности: объекты оценки должны соответствовать поставленным целям обучения;
- надежности: использование единообразных стандартов и критериев для оценивания достижений;
- объективности: разные обучающиеся должны иметь равные возможности для достижения успеха.

Основными параметрами и свойствами оценочных материалов являются:

- предметная направленность (соответствие предмету изучения конкретной дисциплины);
- содержание (состав и взаимосвязь структурных единиц, образующих содержание теоретической и практической составляющих дисциплины);
- объем (количественный состав оценочных материалов);
- качество оценочных материалов в целом, обеспечивающее получение объективных и достоверных результатов при проведении контроля с различными целями.

-

РАЗДЕЛ 1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения дисциплины

1.1 Перечень формируемых компетенций

код компетенции	формулировка компетенции
ПК	ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ
ПК-2	Способен проводить исследования и поиск новых моделей и методов совершенствования информационной среды предприятия

1.2. Перечень компетенций с указанием видов оценочных средств

<i>Формируемые компетенции</i>	<i>Код и наименование индикатора достижения компетенции</i>	<i>Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций</i>	<i>Уровни освоения компетенций</i>	<i>Критерии оценивания сформированности компетенций</i>	<i>Виды оценочных средств</i>
ПК-2: Способен проводить исследования и поиск новых моделей и методов совершенствования информационной среды предприятия	ПК-2.2. Исследует методы создания и развития цифровых ресурсов	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные современные концепции маркетинга, их существенные черты; - современные направления развития комплекса маркетинга; - основные виды маркетинговых коммуникаций, их взаимосвязь, тенденции развития коммерческого и социального маркетинга; - маркетинговые функции Интернет-сайтов и характеристику их основных видов; - подходы, методы, алгоритмы и инструменты оценки эффективности маркетинговой деятельности предприятий в глобальной сети. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - обобщать, систематизировать и оценивать мар- 	Пороговый уровень	Обучающийся слабо (частично) знает современные направления развития комплекса маркетинга; основные виды маркетинговых коммуникаций, их взаимосвязь, тенденции развития коммерческого и социального маркетинга; маркетинговые функции Интернет-сайтов и характеристику их основных видов.	<p>Блок А – задания репродуктивного уровня</p> <ul style="list-style-type: none"> - Тестовые задания. - Вопросы для обсуждения
			Базовый уровень	Обучающийся с незначительными ошибками и отдельными пробелами знает современные направления развития комплекса маркетинга; основные виды маркетинговых коммуникаций, их взаимосвязь, тенденции развития коммерческого и социального маркетинга; маркетинговые функции Интернет-сайтов и характеристику их основных видов.	
			Продвинутый уровень	Обучающийся с требуемой степенью полноты и точности знает основные современные направления развития комплекса маркетинга; основные виды маркетинговых коммуникаций, их взаимосвязь, тенденции развития коммерческого и социального маркетинга; маркетинговые функции Интернет-сайтов и характеристику их основных видов	
			Пороговый уровень	Обучающийся слабо (частично) умеет выбирать оптимальные маркетинговые инструменты и проводить маркетинговые исследования в сети Ин-	

<i>Формируемые компетенции</i>	<i>Код и наименование индикатора достижения компетенции</i>	<i>Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций</i>	<i>Уровни освоения компетенций</i>	<i>Критерии оценивания сформированности компетенций</i>	<i>Виды оценочных средств</i>
		<p>кетинговую информацию;</p> <ul style="list-style-type: none"> - выбирать оптимальные маркетинговые инструменты и проводить маркетинговые исследования в сети Интернет; - применять знания в области интернет-маркетинга на своем рабочем месте в различных отраслях деятельности; - поведенческие факторы при проведении мероприятий в сфере продвижения и продажи товаров и услуг; - определять эффективность разрабатываемых проектов интернет-маркетинга. 	<p>Базовый уровень</p> <p>Продвинутый уровень</p> <p>Пороговый уровень</p>	<p>тернет;</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять знания в области интернет-маркетинга на своем рабочем месте в различных отраслях деятельности определять эффективность разрабатываемых проектов интернет-маркетинга <p>Обучающийся с незначительными затруднениями умеет выбирать оптимальные маркетинговые инструменты и проводить маркетинговые исследования в сети Интернет;</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять знания в области интернет-маркетинга на своем рабочем месте в различных отраслях деятельности определять эффективность разрабатываемых проектов интернет-маркетинга <p>Обучающийся с требуемой степенью полноты и точности знает оптимальные маркетинговые инструменты и проводить маркетинговые исследования в сети Интернет;</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять знания в области интернет-маркетинга на своем рабочем месте в различных отраслях деятельности определять эффективность разрабатываемых проектов интернет-маркетинга <p>Обучающийся слабо (частично) владеет методами количественного и качественного анализа эффективности внедрения инструментов инновационного маркетинга, современными способами продвижения товаров и услуг;</p> <p>системным и процессным подходами к органи-</p>	<p>о уровня</p> <ul style="list-style-type: none"> - Лабораторная работа; - Тестовые задания.. <p>Блок С – задания практико-ориентированного уровня</p> <ul style="list-style-type: none"> - Задания «Кейс-

<i>Формируемые компетенции</i>	<i>Код и наименование индикатора достижения компетенции</i>	<i>Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций</i>	<i>Уровни освоения компетенций</i>	<i>Критерии оценивания сформированности компетенций</i>	<i>Виды оценочных средств</i>
		<p>тельности;</p> <ul style="list-style-type: none"> - методами количественного и качественного анализа эффективности внедрения инструментов инновационного маркетинга, современными способами продвижения товаров и услуг; - системным и процессным подходами к организации маркетинговой деятельности в сети Интернет; - методологией расчета показателей эффективности интернет-маркетинга. 		<p>зации маркетинговой деятельности в сети Интернет;</p> <p>методологией расчета показателей эффективности интернет-маркетинга.</p>	<p>Стадии».</p> <ul style="list-style-type: none"> - Тестовые задания.
			Базовый уровень	<p>Обучающийся с небольшими затруднениями владеет методами количественного и качественного анализа эффективности внедрения инструментов инновационного маркетинга, современными способами продвижения товаров и услуг; системным и процессным подходами к организации маркетинговой деятельности в сети Интернет;</p> <p>методологией расчета показателей эффективности интернет-маркетинга.</p>	
			Продвину- тый уровень	<p>Обучающийся свободно владеет методами количественного и качественного анализа эффективности внедрения инструментов инновационного маркетинга, современными способами продвижения товаров и услуг; системным и процессным подходами к организации маркетинговой деятельности в сети Интернет;</p> <p>методологией расчета показателей эффективности интернет-маркетинга.</p>	

РАЗДЕЛ 2. Задания, необходимые для оценки планируемых результатов обучения по дисциплине

Для проверки сформированности компетенции

ПК-2: Способен проводить исследования и поиск новых моделей и методов совершенствования информационной среды предприятия

ПК-2.2. Исследует методы создания и развития цифровых ресурсов

Блок А. Задания репродуктивного уровня («знать»)

А.1 Фонд тестовых заданий по дисциплине

Задание 1.

Прочтите текст задания и выберите один верный ответ

Что такое SEO?

- a) Оптимизация для поисковых систем
- b) Социальная реклама
- c) Платная реклама в поисковых системах
- d) Email-маркетинг

Поле ввода ответа	Уровень сложности	Критерии оценивания	Время выполнения
	базовый	1	1

Задание 2.

Прочтите текст задания и выберите один верный ответ

Что измеряется с помощью показателя CTR (Click-Through Rate)?

- a) Соотношение кликов к количеству показов
- b) Средняя стоимость клика
- c) Количество уникальных пользователей
- d) Доля отказов

Поле ввода ответа	Уровень сложности	Критерии оценивания	Время выполнения
	базовый	1	1

Задание 3.

Прочтите текст задания и выберите несколько верных ответов

Какой из следующих каналов относится к контент-маркетингу?

- a) Социальные сети
- b) Контекстная реклама
- c) Блог
- d) Email-рассылки

Поле ввода ответа	Уровень сложности	Критерии оценивания	Время выполнения
	базовый	1	2

Задание 4.

Прочтите текст задания и выберите один верный ответ

Как называется стратегия, при которой пользователи получают информацию через автоматические системы email-рассылок?

- a) Контекстная реклама
- b) SMM (Social Media Marketing)
- c) Воронка продаж
- d) Партизанский маркетинг

Поле ввода ответа	Уровень сложности	Критерии оценивания	Время выполнения
	базовый	1	1

Задание 5.

Прочтите текст задания и выберите несколько верных ответов

Какой инструмент используют для анализа посещаемости сайта?

- a) Google Analytics
- b) Adobe Photoshop
- c) HubSpot
- d) Canva

Поле ввода ответа	Уровень сложности	Критерии оценивания	Время выполнения
	базовый	1	2

Задание 6.

Прочтите текст задания и выберите несколько верных ответов

Что означает термин «конверсия» в цифровом маркетинге?

- a) Переход пользователя на сайт
- b) Выполнение целевого действия пользователем
- c) Покупка товара
- d) Подписка на рассылку

Поле ввода ответа	Уровень сложности	Критерии оценивания	Время выполнения
	базовый	1	2

Задание 7.

Прочтите текст задания и выберите один верный ответ

Какой формат рекламы является примером контекстной рекламы?

- a) Баннеры на сайтах
- b) Видео на YouTube
- c) Объявления в Google Ads

d) Посты в Instagram

Поле ввода ответа	Уровень сложности	Критерии оценивания	Время выполнения
	базовый	1	1

Задание 8.

Прочтите текст задания и выберите один верный ответ

Как называется процесс создания ссылок на сайт с других ресурсов для повышения его ранга в поисковых системах?

- a) Внутренняя оптимизация
- b) Линкбилдинг
- c) Таргетинг
- d) Ретаргетинг

Поле ввода ответа	Уровень сложности	Критерии оценивания	Время выполнения
	базовый	1	1

Задание 9.

Прочтите текст задания и выберите один верный ответ

Что такое KPI в цифровом маркетинге?

- a) Ключевые показатели эффективности
- b) Количество показов
- c) Общие затраты на рекламу
- d) Время на сайте

Поле ввода ответа	Уровень сложности	Критерии оценивания	Время выполнения
	базовый	1	1

Задание 10.

Прочтите текст задания и выберите несколько верных ответов

Какие из следующих метрик можно использовать для оценки эффективности рекламной кампании?

- a) CTR
- b) Количество лайков
- c) CPA (Cost Per Action)
- d) CPM (Cost Per Thousand Impressions)

Поле ввода ответа	Уровень сложности	Критерии оценивания	Время выполнения
	базовый	1	2

Задание 11.

Прочтите текст задания и выберите один верный ответ

Что означает термин «органический трафик»?

- a) Трафик, полученный через платные объявления
- b) Естественный трафик из поисковых систем и социальных сетей
- c) Трафик из email-рассылок
- d) Трафик из партнерских программ

Поле ввода ответа	Уровень сложности	Критерии оценивания	Время выполнения
	базовый	1	1

Задание 12.

Прочтите текст задания и выберите один верный ответ

Какой формат рекламы используется для показа объявлений пользователям, которые ранее посещали сайт, но не совершили покупку?

- a) Ретаргетинг
- b) Контекстная реклама
- c) Вирусный маркетинг
- d) Push-уведомления

Поле ввода ответа	Уровень сложности	Критерии оценивания	Время выполнения
	базовый	1	1

Задание 13.

Прочтите текст задания и выберите несколько верных ответов

Что из перечисленного является основным преимуществом использования социальных сетей для маркетинга?

- a) Быстрое привлечение трафика
- b) Высокая стоимость рекламы
- c) Возможность точного таргетинга на аудиторию
- d) Ограниченные аналитические возможности

Поле ввода ответа	Уровень сложности	Критерии оценивания	Время выполнения
	базовый	1	2

Задание 14.

Прочтите текст задания и выберите несколько верных ответов

Какой тип контента может повышать вовлеченность пользователей в социальных сетях?

- a) Видео
- b) Текстовые статьи
- c) Интерактивные опросы и викторины
- d) Вебинары

Поле ввода ответа	Уровень сложности	Критерии оценивания	Время выполнения
	базовый	1	2

Задание 15.

Прочтите текст задания и выберите один верный ответ

Что из перечисленного относится к методу А/В тестирования?

- a) Сравнение двух версий одного элемента для определения лучшей
- b) Создание нескольких рекламных кампаний с разными бюджетами
- c) Анализ эффективности разных платформ для размещения рекламы
- d) Применение разных каналов коммуникации для одной рекламной кампании

Поле ввода ответа	Уровень сложности	Критерии оценивания	Время выполнения
	базовый	1	1

Задание 16.

Прочтите текст задания и выберите один верный ответ

Что такое CPC (Cost Per Click)?

- a) Стоимость за тысячу показов
- b) Стоимость за один клик по рекламе
- c) Стоимость за действие пользователя
- d) Общие затраты на рекламную кампанию

Поле ввода ответа	Уровень сложности	Критерии оценивания	Время выполнения
	базовый	1	1

Задание 17.

Прочтите текст задания и выберите один верный ответ

Какой из следующих инструментов помогает автоматизировать процессы email-маркетинга?

- a) Mailchimp
- b) Google Analytics
- c) SEMrush
- d) Hootsuite

Поле ввода ответа	Уровень сложности	Критерии оценивания	Время выполнения
	базовый	1	1

Задание 18.

Прочтите текст задания и выберите один верный ответ

Что такое SMM?

- a) Маркетинг в социальных сетях
- b) SEO-оптимизация
- c) Краудфандинг
- d) Платная реклама

Поле ввода ответа	Уровень сложности	Критерии оценивания	Время выполнения
	базовый	1	1

Задание 19.

Прочтите текст задания и выберите один верный ответ

Какой тип рекламы отображается только пользователям, которые ранее взаимодействовали с брендом?

- a) Ретаргетинг
- b) Прямая реклама
- c) Email-рассылка
- d) Вирусная реклама

Поле ввода ответа	Уровень сложности	Критерии оценивания	Время выполнения
	базовый	1	1

Задание 20.

Прочтите текст задания и выберите несколько верных ответов

Что из ниже перечисленного является примером внутренней SEO-оптимизации?

- a) Создание качественного контента
- b) Оптимизация метатегов
- c) Линкбилдинг
- d) Размещение рекламы на сторонних сайтах

Поле ввода ответа	Уровень сложности	Критерии оценивания	Время выполнения
	базовый	1	2

Задание 21.

Прочтите текст задания и выберите один верный ответ

Что такое контент-маркетинг?

- a) Процесс покупки трафика через платные каналы
- b) Создание и распространение ценного контента для привлечения целевой аудитории
- c) Оптимизация сайта для поисковых систем
- d) Размещение рекламы в социальных сетях

Поле ввода ответа	Уровень сложности	Критерии оценивания	Время выполнения
	базовый	1	1

Задание 22.

Прочтите текст задания и выберите один верный ответ

Какой показатель определяет, сколько пользователей покинули сайт, посетив только одну страницу?

- a) Показатель отказов (Bounce Rate)

- b) CTR
- c) CPA
- d) Время на сайте

Поле ввода ответа	Уровень сложности	Критерии оценивания	Время выполнения
	базовый	1	1

Задание 23.

Прочтите текст задания и выберите один верный ответ

Что из перечисленного относится к стратегии inbound-маркетинга?

- a) Привлечение клиентов через полезный контент и взаимодействие с аудиторией
- b) Покупка рекламных мест на сайтах
- c) Массовая email-рассылка
- d) Проведение холодных звонков

Поле ввода ответа	Уровень сложности	Критерии оценивания	Время выполнения
	базовый	1	1

Задание 24.

Прочтите текст задания и выберите один верный ответ

Какой тип рекламы нацелен на привлечение клиентов через партнерские программы?

- a) Контекстная реклама
- b) Партнерский маркетинг (Affiliate marketing)
- c) Вирусный маркетинг
- d) Краудфандинг

Поле ввода ответа	Уровень сложности	Критерии оценивания	Время выполнения
	базовый	1	1

Задание 25.

Прочтите текст задания и выберите несколько верных ответов

Какой из следующих форматов контента может повысить доверие аудитории к бренду?

- a) Отзывы клиентов
- b) Опросы
- c) Рекламные баннеры
- d) Видеообзоры продукции

Поле ввода ответа	Уровень сложности	Критерии оценивания	Время выполнения
	базовый	1	2

Задание 26.

Прочтите текст задания и выберите один верный ответ

Что такое таргетинг в контексте цифрового маркетинга?

- a) Настройка параметров, по которым реклама будет показана определенной аудитории
- b) Увеличение бюджета рекламы
- c) Анализ эффективности контента
- d) Рассылка email-писем

Поле ввода ответа	Уровень сложности	Критерии оценивания	Время выполнения
	базовый	1	1

Задание 27.

Прочтите текст задания и выберите несколько верных ответов

Какие из следующих факторов влияют на ранжирование сайта в поисковых системах?

- a) Качество контента
- b) Скорость загрузки сайта
- c) Количество подписчиков в социальных сетях
- d) Количество внешних ссылок на сайт

Поле ввода ответа	Уровень сложности	Критерии оценивания	Время выполнения
	базовый	1	2

Задание 28.

Прочтите текст задания и выберите один верный ответ

Что означает термин «вирусный маркетинг»?

- a) Стратегия распространения контента, который пользователи добровольно делятся друг с другом
- b) Использование вирусов в рекламе
- c) Рассылка спама
- d) Покупка рекламных мест на популярных ресурсах

Поле ввода ответа	Уровень сложности	Критерии оценивания	Время выполнения
	базовый	1	1

Задание 29.

Прочтите текст задания и выберите несколько верных ответов

Какой из следующих методов используется для улучшения пользовательского опыта на сайте?

- a) Упрощение навигации
- b) Увеличение рекламных баннеров
- c) Сокращение времени загрузки страниц

d) Увеличение количества текста на страницах

Поле ввода ответа	Уровень сложности	Критерии оценивания	Время выполнения
	базовый	1	2

Задание 30.

Прочтите текст задания и выберите один верный ответ

Что такое PPC (Pay Per Click)?

- a) Модель оплаты за каждый клик по рекламе
- b) Модель оплаты за тысячу показов
- c) Продвижение через социальные сети
- d) Аналитический инструмент для оценки эффективности сайта

Поле ввода ответа	Уровень сложности	Критерии оценивания	Время выполнения
	базовый	1	1

A2. Вопросы для обсуждения

1. Перечислите свойства сетевых благ?
2. Опишите основные принципы и методы поддержки сайтов?
3. Какое воздействие цифровая трансформация оказывает на экономический рост и его факторы?
4. Опишите платформенный метод. В чем проявляется его дизруптивное воздействие на экономические отношения?
5. От каких факторов зависит степень необходимой защиты информационного продукта?
6. Охарактеризуйте Управление мнением сообществ в социальных сетях?
7. Каким образом можно использовать данные Google Trends в маркетинговых и конъюнктурных исследованиях? Раскройте понятие nowcasting?
8. Раскройте особенности методов CART и ВМА
9. Какие основные виды рекламных носителей в Интернете вы знаете?
10. Дайте определение электронной платежной системы.
11. Изложите содержание электронной коммерции.
12. Что такое Медийная и контекстная реклама?

Блок В. Задания реконструктивного уровня («уметь»)

В1.Лабораторные работы

Лабораторная работа 1.

Сбор и анализ первичной маркетинговой информации методом онлайн-анкетирования Разработка анкеты маркетингового исследования, различных типов вопросов. Планирование и организация сбора первичной информации. Систематизация и анализ собранной информации, с использованием различных ме-

тодов маркетингового анализа. Логическое обоснование и формулировка выводов, предложений и управленческих решений по объекту исследования.

Лабораторная работа 2.

Разработка уникального торгового предложения (УТП) нового товара. Продвижение нового товара (услуги) с применением современных маркетинговых инструментов Выиграть конкурентную борьбу поможет разработка такого предложения, которое не предлагают другие компании на рынке. Выделиться можно качеством сервиса, доставки, а также дополнительными условиями. Следует четко обозначить сегмент потенциальных потребителей и проводить маркетинговую программу, исходя из особенностей поведения данной группы людей.

Лабораторная работа 3.

Разработка таргетированной и контекстной рекламной кампании в системах Яндекс.Директ и Google Adwords Аудиторный таргетинг в Google Ads. Таргетинги Google для рекламы на поиске, КМС и видеоплощадках. Таргетинги Google для КМС и видеорекламы. Таргетинги Google для поиска. Настройка аудитории в Google. Аудиторный таргетинг в Яндекс.Директ. Автотаргетинг в Яндекс.Директ. Ретаргетинг и подбор аудитории в Яндекс.Директ. Профиль пользователя в Яндекс.Директ (интересы).

Лабораторная работа 4.

Анализ сайта организации Анализ веб-сайтов предприятий и организаций с выводами об их качестве. Тестирование не менее 6 веб-страниц, выбор сайтов различной направленности (коммерческие, государственных учреждений, органов власти). Заполнение таблицы «Качество веб-ресурса». Вывод о качестве веб-ресурса, соответствии его целевой аудитории. Подготовка отчета с приложением рейтинга сайтов (от 1 до 6).

Лабораторная работа 5.

Анализ эффективности e-mail рекламы Анализ метрик, предоставляемых поставщиком услуг по рассылке (коэффициент доставки, коэффициент открытия, отношение кликов к открытиям, коэффициент сохранения клиентов). Анализ поведения пользователя на сайте (показатель отказов, продолжительность посещения). Анализ специфичных результатов эффективного emailмаркетинга для бизнеса.

В2. Тестовые задания

Задание 1.

Прочтите текст задания и установите соответствие

Установите соответствие между этапами проекта и их описанием :

Этапы проекта:

1. Инициация

2. Планирование
3. Запуск
4. Мониторинг и контроль
5. Завершение
6. Определение целевой аудитории
7. Разработка стратегии
8. Создание контента
9. Выбор каналов продвижения
10. Анализ результатов

Описание:

- a. Определение конкретных целей, задач, сроков и бюджета проекта.
- b. Оценка эффективности проекта, выявление успехов и провалов, внесение корректировок в стратегию.
- c. Создание и публикация материалов, отвечающих потребностям целевой аудитории.
- d. Определение групп потребителей, на которые будет направлена рекламная кампания.
- e. Завершение всех работ по проекту, передача результатов заказчику, документация.
- f. Выбор наиболее эффективных платформ и инструментов для продвижения проекта.
- j. Начало реализации плана проекта, запуск рекламных кампаний, публикация контента.
- h. Разработка плана действий, направленных на достижение целей проекта.
- i. Определение общих целей и задач проекта, выявление потребностей заказчика.
- k. Формулирование подходов и методов достижения целей проекта, выбор KPI.

Поле ввода ответа	Уровень сложности	Критерии оценивания	Время выполнения, мин
1.	повышенный	4	5

Задание 2.

Прочтите текст задания и вставьте необходимое слово

В _____ маркетинге основной акцент делается на производство качественного контента для привлечения аудитории.

Поле ввода ответа	Уровень сложности	Критерии оценивания	Время выполнения, мин
1.	повышенный	2	3

Задание 3.

Прочтите текст задания и вставьте необходимое слово

Главная цель _____ — превращение посетителей сайта в клиентов.

Поле ввода ответа	Уровень сложности	Критерии оценивания	Время выполнения, мин

1.	повышенный	2	3
----	------------	---	---

Задание 4.

Прочтите текст задания и вставьте необходимое слово

Показатель _____ измеряет процент пользователей, которые ушли с сайта, не совершив никаких действий.

Поле ввода ответа	Уровень сложности	Критерии оценивания	Время выполнения, мин
1.	повышенный	2	3

Задание 5.

Прочтите текст задания и вставьте необходимое слово

_____ маркетинг — это процесс привлечения и удержания клиентов с помощью цифровых технологий.

Поле ввода ответа	Уровень сложности	Критерии оценивания	Время выполнения, мин
1.	повышенный	2	3

Задание 6.

Прочтите текст задания и установите последовательность

Этапы создания контент-маркетинговой кампании:

- a. Определение целевой аудитории
- b. Анализ результатов и корректировка стратегии
- c. Создание и распространение контента
- d. Разработка контент-стратегии
- e. Установление KPI и метрик

Поле ввода ответа	Уровень сложности	Критерии оценивания	Время выполнения, мин
1.	повышенный	2	3

Задание 7.

Прочтите текст задания и установите последовательность

Этапы запуска PPC-кампании (Pay-Per-Click):

- a. Создание рекламных объявлений
- b. Оптимизация кампании на основе данных
- c. Выбор ключевых слов
- d. Настройка бюджета и ставок
- e. Аналитика и отчетность

Поле ввода ответа	Уровень сложности	Критерии оценивания	Время выполнения, мин
1.	повышенный	2	3

Задание 8.

Прочтите текст задания и вставьте необходимое слово

_____ — это платформа для управления социальными сетями.

Поле ввода ответа	Уровень сложности	Критерии оценивания	Время выполнения, мин
1.	повышенный	2	3

Задание 9.

Прочтите текст задания и вставьте необходимое слово

_____ — это показатель, отражающий отношение количества кликов к количеству показов.

Поле ввода ответа	Уровень сложности	Критерии оценивания	Время выполнения, мин
1.	повышенный	2	3

Задание 10.

Прочтите текст задания и вставьте необходимое слово

_____ — это стратегия, направленная на повторное привлечение пользователей, которые ранее взаимодействовали с брендом.

Поле ввода ответа	Уровень сложности	Критерии оценивания	Время выполнения, мин
1.	повышенный	2	3

Задание 11.

Прочтите текст задания и установите последовательность

Этапы внедрения SEO-стратегии:

- a. Технический аудит сайта
- b. Контент-оптимизация
- c. Анализ конкурентов
- d. Мониторинг позиций и трафика
- e. Внедрение ссылочной стратегии

Поле ввода ответа	Уровень сложности	Критерии оценивания	Время выполнения, мин
1.	повышенный	2	3

Задание 12.

Прочтите текст задания и вставьте необходимое слово

_____ — это система управления взаимоотношениями с клиентами.

Поле ввода ответа	Уровень сложности	Критерии оценивания	Время выполнения, мин
1.	повышенный	2	3

Задание 13.

Прочтите текст задания и установите последовательность

Этапы проведения А/В-тестирования:

- a. Сбор и анализ данных
- b. Формулировка гипотез
- c. Выбор метрик для оценки
- d. Реализация изменений
- e. Подготовка вариантов тестирования

Поле ввода ответа	Уровень сложности	Критерии оценивания	Время выполнения, мин
1.	повышенный	2	3

Задание 14.

Прочтите текст задания и установите последовательность

Этапы разработки и запуска мобильного приложения:

- A. Прототипирование и дизайн
- B. Тестирование и отладка
- C. Разработка функциональных требований
- D. Запуск и продвижение
- E. Разработка и программирование

Поле ввода ответа	Уровень сложности	Критерии оценивания	Время выполнения, мин
1.	повышенный	2	3

Задание 15.

Прочтите текст задания и вставьте необходимые слова

Для эффективного продвижения в социальных медиа необходимо разработать _____ стратегию и определить _____ аудиторию.

Поле ввода ответа	Уровень сложности	Критерии оценивания	Время выполнения, мин
1.	повышенный	3	4
2.			

Задание 16.

Прочтите текст задания и вставьте необходимые слова

Ключевым этапом при запуске цифрового проекта является проведение _____ и определение _____ проекта.

Поле ввода ответа	Уровень сложности	Критерии оценивания	Время выполнения, мин
1.	повышенный	3	4
2.			

Задание 17.

Прочтите текст задания и вставьте необходимые слова

Для оценки эффективности рекламной кампании необходимо отслеживать _____ и анализировать _____ показателей.

Поле ввода ответа	Уровень сложности	Критерии оценивания	Время выполнения, мин
1.	повышенный	3	4
2.			

Задание 18.

Прочтите текст задания и вставьте необходимые слова

В процессе управления проектом важно использовать _____ методы и проводить регулярные _____ команды.

Поле ввода ответа	Уровень сложности	Критерии оценивания	Время выполнения, мин
1.	повышенный	3	4
2.			

Задание 19.

Прочтите текст задания и вставьте необходимые слова

При разработке стратегии цифрового маркетинга необходимо учитывать _____ тренды и анализировать _____ конкурентов.

Поле ввода ответа	Уровень сложности	Критерии оценивания	Время выполнения, мин
1.	повышенный	3	4
2.			

Задание 20.

Прочтите текст задания и вставьте необходимые слова

Эффективное управление бюджетом рекламной кампании подразумевает оптимизацию _____ и снижение _____ привлечения клиента (CPA).

Поле ввода ответа	Уровень сложности	Критерии оценивания	Время выполнения, мин
1.	повышенный	3	4
2.			

Блок С. Задания практикоориентированного уровня для диагностирования сформированности компетенций («владеть»)

С1. Задания «Кейс-стади»

Кейс 1. «Цифровизация в Дейлтех».

Описание ситуации

Вы – руководитель одного из подразделений компании «Дейлтех».

За последние 10 лет «Дейлтех» превратилась из небольшой фирмы по производству компьютерных чипов в компанию, которая поставляет на рынок широ-

кий спектр электронной продукции для личного пользования и для бизнеса. На сегодняшний день в компании работают 15 000 сотрудников, а валовый доход измеряется сотнями миллионов. В течение последних лет доход компании ежегодно вырастал на 12%, но и расходы также росли. В связи с этим, прибыль была совсем незначительной.

В последнее время вы как будто катаетесь на американских горках, с эмоциональной точки зрения. В прошлом месяце вы получили предварительное одобрение на крупный проект цифровизации своего подразделения в компании. Вы абсолютно убеждены, что предлагаемые вами нововведения существенно повысят производительность труда сотрудников, а ваша личная заслуга будет однозначно отмечена как персональный триумф.

Однако через неделю ваши виды на будущее рушатся, когда вы получаете меморандум от финансового директора Сергея Мироненко. Мироненко решил исправить ситуацию с вялыми темпами роста прибыльности компании. Он запустил процесс бюджетирования на следующий год и отправил всем руководителям отделов следующее сообщение: «Я планирую работать с вами вместе, чтобы определить, как экономически целесообразнее использовать ресурсы отделов. Прошу каждого из вас предоставить чёткий план. Я категорически настроен против предложения по увеличению бюджета более чем на 5% от нынешнего бюджета, средняя прибавка будет существенно ниже».

Не так давно генеральный директор компании «Дейлтех» начал продвигать процесс безжалостного сокращения затрат, он сказал: «мы должны научиться быть продуктивнее, использовать более скромные ресурсы». Мироненко с рвением выполняет указ руководства. Он является одним из самых жёстких руководителей высшего звена в компании.

На таких условиях (увеличение бюджета не более 5%) вы никак не сможете провести задуманный процесс цифровизации. Если условия не изменятся, то ваш план рухнет. Вам досадно, так как руководство компании ожидает положительный эффект от цифровизации.

Вам понятна необходимость контроля расходов в «Дейлтех», но в то же время вы убеждены, что именно цифровизация работы поможет решить эту проблему. Например, многие услуги отдела (кроме традиционных административных функций) будут автоматизированы, часть полномочий перейдёт в регионы. Данный план был основан на успехе другого подразделения компании под названием «Селтайм». Это подразделение было приобретено материнской компанией «Дейлтех» несколько лет назад. «Селтайм» использует «партнерский» подход, который подразумевает автоматизацию, передачу полномочий на места и тесное сотрудничество работников аналогичного вашему подразделению с менеджерами на местах вплоть до линейных операций. Такой порядок работы помогает менеджерам более эффективно организовать свою работу с клиентами. Кроме того, в «Селтайм» организуют профессиональное обучение и продвигают более эффективное сотрудничество.

На сегодняшний день «Селтайм» является наиболее рентабельным отделением компании, что несомненно связано с высоким уровнем продуктивности со-

трудников. В «Селтайм» низкие показатели неэффективных действий, операционных ошибок, прозрачное и эффективное взаимодействие, есть доступ к информации. Наконец, «Селтайм» лучше соблюдает сроки реализации поставленных задач, по сравнению с другими отделениями компании, несмотря на то, что технологические операции очень похожи.

Принимая во внимания историю успеха подобной реорганизации в «Селтайм», и вопреки требованию Мироненко о сокращении расходов вы предложили проект бюджета с увеличением затрат на персонал на 30%, ведь необходимо привлечь специалистов по цифровизации. В этом году затраты на зарплаты и материальные поощрения в вашем отделе составили 12 миллионов. Данный запрос предусматривает увеличение расходов на персонал более чем на 2 миллиона. Вы понимаете, что это немалая сумма, но, по вашим подсчётам, она не является окончательной, и в реальности будет ещё больше. Именно поэтому вы урезали бюджет, как могли, до 30%-ного увеличения, получив указания Мироненко.

В «Селтайм» отношение количества сотрудников такого же отдела, как ваш к общему числу сотрудников составляет 1:66, а во всей компании пропорции составляют 1:100. Для осуществления плана необходимо будет нанять новых сотрудников, а некоторых повысить в должности. Для координации процесса цифровизации необходимо будет создать как минимум две позиции высшего звена. Эти действия приведут к тому, что показатели компании приблизятся к золотому стандарту «Селтайм», но вряд ли смогут быть такими же.

Накануне встречи с Мироненко касательно бюджета, вы аккуратно сделали расчеты и далеко вышли за 5% лимит, установленный Финансовым директором. Даже если бы Генеральный директор полностью одобрил план цифровизации, вы всё равно чувствовали бы себя дискомфортно в переговорах о бюджете вашего проекта. На самом деле, была одобрена лишь предварительная концепция касательно того, что компании есть чему поучиться у «Селтайм» в плане успешной реорганизации и партнерского подхода во взаимодействии сотрудников разных служб. Одобрение не касалось финансовой стороны вопроса, она не обсуждалась. С другой стороны, вы предполагаете, что высшее руководство компании понимает, что для того, чтобы получить результат, необходимы финансовые вложения. Как иначе вы сможете привести свой план в действие, если вам не предоставят соответствующие ресурсы?

Вы собираетесь написать Сергею Мироненко, чтобы решить проблему финансирования. Потом вы планируете встретиться с ним и обсудить все пункты из своего письма.

Вы видите две очевидные проблемы на стороне Мироненко:

- затраты на ваш проект сильно повлияют на итоговую строку счета прибыли и убытков в годовом отчёте компании;
- вторая проблема: даже если необходимые финансы будут выделены, со стороны других отделов и служб может последовать шквальная реакция на то, что вы получили увеличение бюджета на 30%. Другие службы захотят также пересмотреть свои бюджеты и будут просить более существенную прибавку. Скорее

всего, авторитет Сергея Мироненко будет подорван и его будущие попытки устанавливать стандарты и давать чёткие указания будут провальными.

У вас было желание попросить Ивана Бабочкина, первого заместителя директора по стратегическим ресурсам, которому вы подчиняетесь, написать письмо вместо вас и выступить в защиту вашего предложения, но вы лучше всех разбираетесь в деталях, которые так важны в этом вопросе. Этот проект прежде всего важен вам. Также вам совсем не хочется, чтобы вам урезали ресурсы. Сделайте все возможное для того, чтобы ваши интересы, интересы вашего подразделения, а также интересы компании «Дейлтех» были соблюдены.

Исходя из этого, вы пишете письмо.

Задание

1. Внимательно прочитайте и проанализируйте и кейс, связанный с задачей формирования бюджета.

2. Предложите свое решение в ФОРМАТЕ ПИСЬМА финансовому директору. В ответе обоснуйте свою переговорную стратегию, проиллюстрируйте цифрами.

3. Составьте план переговоров, опишите возможные альтернативы и риски. Исходите из того, что стороны действуют рационально, преследуют свои личные и профессиональные интересы и интересы компании.

Объем работы: не более одной страницы формата А4.

C2. Тестовые задания

Задание 1.

Прочтите кейс- задание и выберите один верный ответ

Кейс: Разработка стратегии цифрового продвижения

Вы работаете над запуском нового продукта для молодёжной аудитории. Ваша задача — предложить стратегию продвижения, которая максимально эффективно задействует цифровые каналы.

Какой подход будет наиболее эффективным для продвижения продукта?

- a) Создание ТВ-рекламы и размещение в прайм-тайм
- b) Проведение кампании через инфлюенсеров в Instagram и TikTok*
- c) Запуск рекламной кампании в газетах и на радио
- d) Проведение офлайн мероприятий в крупных торговых центрах

Поле ввода ответа	Уровень сложности	Критерии оценивания	Время выполнения, мин
	высокий	4	5

Задание 2.

Прочтите кейс- задание и решите задачу

Кейс: Управление бюджетом рекламной кампании

Вам выделили бюджет на запуск рекламной кампании в размере 100 000 рублей. Ваши основные каналы — контекстная реклама и таргетированная реклама в социальных сетях. Как наиболее эффективно распределить бюджет?

- a) Потратить 80% на контекстную рекламу и 20% на таргетированную рекламу
- b) Равномерно распределить бюджет между контекстной и таргетированной рекламой
- c) Потратить 70% на таргетированную рекламу, 30% на контекстную
- d) Использовать весь бюджет на создание уникального контента для социальных сетей

Поле ввода ответа	Уровень сложности	Критерии оценивания	Время выполнения, мин
	высокий	5	7

Задание 3.

Прочтите кейс- задание и выберите один верный ответ

Кейс 3: Выбор целевой аудитории для медиа-проекта

Вы запускаете новый медиа-проект, ориентированный на активных пользователей интернета в возрасте от 25 до 40 лет, интересующихся технологиями и бизнесом. Какой из нижеперечисленных каналов будет наиболее эффективным для привлечения аудитории?

- a) Контекстная реклама в поисковых системах по бизнес-тематикам
- b) Реклама в печатных изданиях о технологиях
- c) Прямая рассылка рекламных буклетов по почте
- d) Реклама на телевидении в вечернее время

Поле ввода ответа	Уровень сложности	Критерии оценивания	Время выполнения, мин
	высокий	4	5

Задание 4.

Прочтите кейс- задание и выберите один верный ответ

Кейс: Анализ эффективности рекламной кампании

Вы запустили рекламную кампанию в социальных сетях. Какой из следующих показателей будет наиболее важен для оценки эффективности кампании в первую очередь?

- a) Число показов
- b) Уровень вовлечённости (лайки, комментарии, репосты)
- c) Число подписчиков на странице
- d) Время просмотра рекламного креатива

Поле ввода ответа	Уровень сложности	Критерии оценивания	Время выполнения, мин
	высокий	4	5

Задание 5.

Прочтите кейс- задание и выберите один верный ответ

Кейс: Выбор КРІ для оценки успеха проекта

Вы запустили проект по продвижению услуги через интернет и хотите оценить его успех. Какой показатель будет наиболее релевантным для оценки эффективности кампании?

- a) Количество кликов на рекламные баннеры
- b) Конверсия в покупку с сайта
- c) Число подписчиков в социальных сетях
- d) Количество лайков и комментариев под постами в блоге

Поле ввода ответа	Уровень сложности	Критерии оценивания	Время выполнения, мин
	высокий	4	5

Задание 6.

Прочтите кейс- задание и выберите один верный ответ

Кейс: Управление командой проекта

Вам поручено управление проектом по запуску новой рекламной платформы. Команда состоит из специалистов по SEO, SMM, контент-менеджеров и дизайнеров. Какой метод будет наиболее эффективным для организации работы команды?

- a) Использование метода «канбан» для распределения задач
- b) Постоянные ежедневные совещания для обсуждения прогресса
- c) Полная свобода действий для каждого участника команды
- d) Назначение только одного исполнителя для всех ключевых задач

Поле ввода ответа	Уровень сложности	Критерии оценивания	Время выполнения, мин
	высокий	4	5

Задание 7.

Прочтите кейс- задание и выберите один верный ответ

Кейс: Оптимизация кампании в социальных сетях

После запуска рекламной кампании в социальных сетях вы заметили, что стоимость привлечения клиента (CAC) слишком высокая. Какое действие будет наиболее эффективным для оптимизации кампании?

- a) Увеличить бюджет на рекламу
- b) Адаптировать рекламные креативы под более узкие сегменты аудитории
- c) Снизить частоту показов рекламы
- d) Сосредоточиться на других каналах продвижения

Поле ввода ответа	Уровень сложности	Критерии оценивания	Время выполнения, мин
	высокий	4	5

Задание 8.

Прочтите кейс- задание и выберите один верный ответ

Кейс: Кризисное управление репутацией

Компания, чьим цифровым маркетингом вы управляете, столкнулась с негативом в социальных сетях из-за некачественного продукта. Какой будет ваша первая реакция?

- a) Оставить ситуацию без ответа, чтобы не провоцировать дальнейшие обсуждения
- b) Запустить новую рекламную кампанию, чтобы отвлечь внимание от скандала
- c) Сразу опубликовать публичные извинения и предложить компенсацию пострадавшим клиентам
- d) Заблокировать негативные комментарии и отключить возможность оставлять отзывы

Поле ввода ответа	Уровень сложности	Критерии оценивания	Время выполнения, мин
	высокий	4	5

Задание 9.

Прочтите кейс- задание и выберите один верный ответ

Кейс: Выбор платформы для запуска медиа-проекта

Вы собираетесь запустить образовательный медиа-проект о цифровом маркетинге. Какую платформу следует выбрать для достижения максимального охвата среди профессионалов отрасли?

- a) Проведение лекций в офлайн-университетах
- b) Размещение статей в печатных бизнес-журналах
- c) Создание группы в мессенджере WhatsApp
- d) Ведение YouTube-канала с образовательными видео

Поле ввода ответа	Уровень сложности	Критерии оценивания	Время выполнения, мин
	высокий	4	5

Задание 10.

Прочтите кейс- задание и выберите один верный ответ

Кейс: Использование данных для таргетинга

Вы хотите улучшить таргетинг рекламной кампании, используя данные о поведении пользователей. Какой тип данных будет наиболее полезен для улучшения таргетинга?

- a) Данные о геолокации пользователей
- b) Демографические данные (возраст, пол, доход)
- c) Данные о поведении пользователей на сайте (время на странице, пройденные шаги)
- d) Информация о подписках на рассылки

Поле ввода ответа	Уровень сложности	Критерии оценивания	Время выполнения, мин
	высокий	4	5

Блок Д. Задания для использования в рамках промежуточной аттестации

Д1. Перечень экзаменационных вопросов

1. SEO -оптимизация. Преимущества и недостатки использования.
2. Основные принципы и методы привлечения клиентов в виртуальной среде.
3. Новые виды Интернет-маркетинга и лидогенерации.
4. Основные принципы и методы поддержки сайтов.
5. Способы монетизации интернет-проектов.
6. Электронная коммерция. Виды электронной коммерции.
7. Особенности выбора и типы целевых аудиторий в Интернете.
8. Внутренняя и внешняя оптимизация сайтов в Интернете.
9. Конкурс как инструмент лидогенерации.
10. Медийная и контекстная реклама. Сущность, цели, применение.
11. Электронный журнал. Сущность, цели, виды, применение.
12. Электронный журнал. Структура электронного журнала.
13. Правило «золотого сечения» в построении контента в виртуальном пространстве.
14. Фронтенд. Сущность, цели, виды, применение.
15. Подписная страница. Сущность, цели, виды, применение.
16. Формы продаж в Интернете.
17. Основные виды рекламных носителей в Интернете.
18. Отзывы как инструмент продвижения компании в Интернете.
19. Социальные сети в лидогенерации. Определение, цели, применение.
20. Конференции, семинары, тематические форумы.
21. Партнерский маркетинг. Сущность, цели, применение.
22. Управление мнением сообществ в социальных сетях.
23. Интернет-магазины. Сущность, цели, типы, применение.
24. Электронные платежные системы. Сущность, цели, виды, применение.
25. Современные технологии в электронном бизнесе.
26. Показатели эффективности деятельности компании в SMM.

Д 2. Кейс-задания

Кейс 1. «Цифровизация в Дейлтех».

Описание ситуации

Вы – руководитель одного из подразделений компании «Дейлтех».

За последние 10 лет «Дейлтех» превратилась из небольшой фирмы по производству компьютерных чипов в компанию, которая поставляет на рынок широ-

кий спектр электронной продукции для личного пользования и для бизнеса. На сегодняшний день в компании работают 15 000 сотрудников, а валовый доход измеряется сотнями миллионов. В течение последних лет доход компании ежегодно вырастал на 12%, но и расходы также росли. В связи с этим, прибыль была совсем незначительной.

В последнее время вы как будто катаетесь на американских горках, с эмоциональной точки зрения. В прошлом месяце вы получили предварительное одобрение на крупный проект цифровизации своего подразделения в компании. Вы абсолютно убеждены, что предлагаемые вами нововведения существенно повысят производительность труда сотрудников, а ваша личная заслуга будет однозначно отмечена как персональный триумф.

Однако через неделю ваши виды на будущее рушатся, когда вы получаете меморандум от финансового директора Сергея Мироненко. Мироненко решил исправить ситуацию с вялыми темпами роста прибыльности компании. Он запустил процесс бюджетирования на следующий год и отправил всем руководителям отделов следующее сообщение: «Я планирую работать с вами вместе, чтобы определить, как экономически целесообразнее использовать ресурсы отделов. Прошу каждого из вас предоставить чёткий план. Я категорически настроен против предложения по увеличению бюджета более чем на 5% от нынешнего бюджета, средняя прибавка будет существенно ниже».

Не так давно генеральный директор компании «Дейлтех» начал продвигать процесс безжалостного сокращения затрат, он сказал: «мы должны научиться быть продуктивнее, использовать более скромные ресурсы». Мироненко с рвением выполняет указ руководства. Он является одним из самых жёстких руководителей высшего звена в компании.

На таких условиях (увеличение бюджета не более 5%) вы никак не сможете провести задуманный процесс цифровизации. Если условия не изменятся, то ваш план рухнет. Вам досадно, так как руководство компании ожидает положительный эффект от цифровизации.

Вам понятна необходимость контроля расходов в «Дейлтех», но в то же время вы убеждены, что именно цифровизация работы поможет решить эту проблему. Например, многие услуги отдела (кроме традиционных административных функций) будут автоматизированы, часть полномочий перейдёт в регионы. Данный план был основан на успехе другого подразделения компании под названием «Селтайм». Это подразделение было приобретено материнской компанией «Дейлтех» несколько лет назад. «Селтайм» использует «партнерский» подход, который подразумевает автоматизацию, передачу полномочий на места и тесное сотрудничество работников аналогичного вашему подразделению с менеджерами на местах вплоть до линейных операций. Такой порядок работы помогает менеджерам более эффективно организовать свою работу с клиентами. Кроме того, в «Селтайм» организуют профессиональное обучение и продвигают более эффективное сотрудничество.

На сегодняшний день «Селтайм» является наиболее рентабельным отделением компании, что несомненно связано с высоким уровнем продуктивности со-

трудников. В «Селтайм» низкие показатели неэффективных действий, операционных ошибок, прозрачное и эффективное взаимодействие, есть доступ к информации. Наконец, «Селтайм» лучше соблюдает сроки реализации поставленных задач, по сравнению с другими отделениями компании, несмотря на то, что технологические операции очень похожи.

Принимая во внимания историю успеха подобной реорганизации в «Селтайм», и вопреки требованию Мироненко о сокращении расходов вы предложили проект бюджета с увеличением затрат на персонал на 30%, ведь необходимо привлечь специалистов по цифровизации. В этом году затраты на зарплаты и материальные поощрения в вашем отделе составили 12 миллионов. Данный запрос предусматривает увеличение расходов на персонал более чем на 2 миллиона. Вы понимаете, что это немалая сумма, но, по вашим подсчётам, она не является окончательной, и в реальности будет ещё больше. Именно поэтому вы урезали бюджет, как могли, до 30%-ного увеличения, получив указания Мироненко.

В «Селтайм» отношение количества сотрудников такого же отдела, как ваш к общему числу сотрудников составляет 1:66, а во всей компании пропорции составляют 1:100. Для осуществления плана необходимо будет нанять новых сотрудников, а некоторых повысить в должности. Для координации процесса цифровизации необходимо будет создать как минимум две позиции высшего звена. Эти действия приведут к тому, что показатели компании приблизятся к золотому стандарту «Селтайм», но вряд ли смогут быть такими же.

Накануне встречи с Мироненко касательно бюджета, вы аккуратно сделали расчеты и далеко вышли за 5% лимит, установленный Финансовым директором. Даже если бы Генеральный директор полностью одобрил план цифровизации, вы всё равно чувствовали бы себя дискомфортно в переговорах о бюджете вашего проекта. На самом деле, была одобрена лишь предварительная концепция касательно того, что компании есть чему поучиться у «Селтайм» в плане успешной реорганизации и партнерского подхода во взаимодействии сотрудников разных служб. Одобрение не касалось финансовой стороны вопроса, она не обсуждалась. С другой стороны, вы предполагаете, что высшее руководство компании понимает, что для того, чтобы получить результат, необходимы финансовые вложения. Как иначе вы сможете привести свой план в действие, если вам не предоставят соответствующие ресурсы?

Вы собираетесь написать Сергею Мироненко, чтобы решить проблему финансирования. Потом вы планируете встретиться с ним и обсудить все пункты из своего письма.

Вы видите две очевидные проблемы на стороне Мироненко:

- затраты на ваш проект сильно повлияют на итоговую строку счета прибыли и убытков в годовом отчёте компании;
- вторая проблема: даже если необходимые финансы будут выделены, со стороны других отделов и служб может последовать шквальная реакция на то, что вы получили увеличение бюджета на 30%. Другие службы захотят также пересмотреть свои бюджеты и будут просить более существенную прибавку. Скорее

всего, авторитет Сергея Мироненко будет подорван и его будущие попытки устанавливать стандарты и давать чёткие указания будут провальными.

У вас было желание попросить Ивана Бабочкина, первого заместителя директора по стратегическим ресурсам, которому вы подчиняетесь, написать письмо вместо вас и выступить в защиту вашего предложения, но вы лучше всех разбираетесь в деталях, которые так важны в этом вопросе. Этот проект прежде всего важен вам. Также вам совсем не хочется, чтобы вам урезали ресурсы. Сделайте все возможное для того, чтобы ваши интересы, интересы вашего подразделения, а также интересы компании «Дейлтех» были соблюдены.

Исходя из этого, вы пишете письмо.

Задание

1. Внимательно прочитайте и проанализируйте и кейс, связанный с задачей формирования бюджета.

2. Предложите свое решение в ФОРМАТЕ ПИСЬМА финансовому директору. В ответе обоснуйте свою переговорную стратегию, проиллюстрируйте цифрами.

3. Составьте план переговоров, опишите возможные альтернативы и риски. Исходите из того, что стороны действуют рационально, преследуют свои личные и профессиональные интересы и интересы компании.

Объем работы: не более одной страницы формата А4.

Кейс 2. Повышение качества транспортного обслуживания населения (общественный транспорт)

Проблемная ситуация

- Низкая информированность населения о маршрутах движения общественного транспорта
- Неэффективное распределение транспорта по имеющимся маршрутам движения
 - Неготовность общественного транспорта удовлетворить возрастающую потребность граждан в мобильности
 - Растущая тенденция к использованию личного транспорта вместо общественного и как следствие рост пробок на дорогах

Обязательные условия начала реализации:

- Передача данных GPS/ГЛОНАСС-треков движения транспортных средств на региональных и муниципальных маршрутах общественного пассажирского транспорта

Кейс 3. Повышение уровня доступности услуг в сфере культуры, досуга и туризма

Проблемная ситуация

- Недостаточный уровень доступности информации для населения о событиях, мероприятиях, низкий уровень клиентских сервисов, в т.ч. госучреждений культуры

- Низкая посещаемость учреждений культуры местным населением и (или) туристами из-за недостаточной информированности о проходящих мероприятиях
- Недостаточный уровень развития отрасли туризма и досуга, как следствие, низкий объем налоговых и неналоговых поступлений в бюджет от организаций отрасли
- Низкий уровень экономической эффективности, в т.ч. госучреждений, учреждений культуры и досуга вследствие их низкой посещаемости населением и туристами

Обязательные условия начала реализации:

- Наличие соглашений с информационными и (или) билетными партнерами
- Передача данных об офлайн развлекательных или культурных мероприятиях, проходящих в регионе

Вопрос - каковы результаты цифровизации?

Кейс 4. Повышение качества и доступности медицинских услуг

Проблемная ситуация

- Недостаточный уровень удовлетворенности населения качеством медицинского обслуживания
- Низкий охват населения диспансерным наблюдением (20-25% от числа хронических больных), как следствие, необоснованно раннее развитие обострений и осложнений заболеваний
- Высокий уровень смертности от хронических заболеваний (причина 75% всех смертей взрослого населения)
- Несвоевременность обращения населения за медицинской помощью, как следствие, удорожание лечения, длительная реабилитация, высокое число инвалидизации, смертности
- Высокий уровень расходов бюджета на лечение хронических заболеваний населения (экономический ущерб - около 1 трлн. рублей в год (около 3% ВВП) в силу высокого уровня хронических заболеваний населения (более 30% населения)

НЕОБХОДИМЫЕ УСЛОВИЯ ДЛЯ ВНЕДРЕНИЯ:

- Включение проекта в региональную программу «Развитие здравоохранения»
- Наличие территориальной нормативной базы в части оплаты услуг дистанционного мониторинга с использованием средств ОМС

Вопрос - каковы результаты цифровизации?

РАЗДЕЛ 3. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Балльно-рейтинговая система является базовой системой оценивания сформированности компетенций обучающихся очной формы обучения.

Итоговая оценка сформированности компетенции обучающихся в рамках балльно-рейтинговой системы осуществляется в ходе текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации и определяется как сумма баллов, полученных обучающимися в результате прохождения всех форм контроля.

Оценка сформированности компетенции по дисциплине складывается из двух составляющих:

✓ первая составляющая – оценка преподавателем сформированности компетенции в течение семестра в ходе текущего контроля успеваемости (максимум 100 баллов). Структура первой составляющей определяется технологической картой дисциплины, которая в начале семестра доводится до сведения обучающихся;

✓ вторая составляющая – оценка сформированности компетенции обучающихся на экзамене (максимум – 30 баллов)

уровни освоения компетенций	продвину- тый уро- вень	базовый уровень	пороговый уровень	допороговый уровень
100 – балльная шкала	85 и \geq	70 – 84	51 – 69	0 – 50
4 – балльная шкала	«отлично»	«хорошо»	«удовлетвори- тельно»	«неудовлетво- рительно»

Шкала оценок при текущем контроле успеваемости по различным показателям

<i>Показатели оценивания сформированности компетенций</i>	<i>Баллы</i>	<i>Оценка</i>
Выполнение лабораторной работы	0-20	«неудовлетворительно» «удовлетворительно» «хорошо» «отлично»
Тестирование	0-30	«неудовлетворительно» «удовлетворительно» «хорошо» «отлично»
Решение кейс - задания	0-20	«неудовлетворительно» «удовлетворительно» «хорошо» «отлично»
Проведение опроса	0-10	«неудовлетворительно» «удовлетворительно» «хорошо»

	«ОТЛИЧНО»
--	-----------

Соответствие критериев оценивания уровню освоения компетенций по текущему контролю успеваемости

<i>Баллы</i>	<i>Оценка</i>	<i>Уровень освоения компетенций</i>	<i>Критерии оценивания</i>
0-50	«неудовлетворительно»	Допороговый уровень	Обучающийся не приобрел знания, умения и не владеет компетенциями в объеме, закрепленном рабочей программой дисциплины
51-69	«удовлетворительно»	Пороговый уровень	Не менее 50% заданий, подлежащих текущему контролю успеваемости, выполнены без существенных ошибок
70-84	«хорошо»	Базовый уровень	Обучающимся выполнено не менее 75% заданий, подлежащих текущему контролю успеваемости, или при выполнении всех заданий допущены незначительные ошибки; обучающийся показал владение навыками систематизации материала и применения его при решении практических заданий; задания выполнены без ошибок
85-100	«отлично»	Продвинутый уровень	100% заданий, подлежащих текущему контролю успеваемости, выполнены самостоятельно и в требуемом объеме; обучающийся проявляет умение обобщать, систематизировать материал и применять его при решении практических заданий; задания выполнены с подробными пояснениями и аргументированными выводами

Шкала оценок по промежуточной аттестации

<i>Наименование формы промежуточной аттестации</i>	<i>Баллы</i>	<i>Оценка</i>
Экзамен	0-30	«неудовлетворительно» «удовлетворительно» «хорошо» «отлично»

**Соответствие критериев оценивания уровню освоения компетенций
по промежуточной аттестации обучающихся**

<i>Баллы</i>	<i>Оценка</i>	<i>Уровень освоения компетенций</i>	<i>Критерии оценивания</i>
0-9	«неудовлетворительно»	Допороговый уровень	Обучающийся не приобрел знания, умения и не владеет компетенциями в объеме, закрепленном рабочей программой дисциплины; обучающийся не смог ответить на вопросы
10-15	«удовлетворительно»	Пороговый уровень	Обучающийся дал неполные ответы на вопросы, с недостаточной аргументацией, практические задания выполнены не полностью, компетенции, осваиваемые в процессе изучения дисциплины сформированы не в полном объеме.
16-24	«хорошо»	Базовый уровень	Обучающийся в целом приобрел знания и умения в рамках осваиваемых в процессе обучения по дисциплине компетенций; обучающийся ответил на все вопросы, точно дал определения и понятия, но затрудняется подтвердить теоретические положения практически примерами; обучающийся показал хорошие знания по предмету, владение навыками систематизации материала и полностью выполнил практические задания
25-30	«отлично»	Продвинутый уровень	Обучающийся приобрел знания, умения и навыки в полном объеме, закрепленном рабочей программой дисциплины; терминологический аппарат использован правильно; ответы полные, обстоятельные, аргументированные, подтверждены конкретными примерами; обучающийся проявляет умение обобщать, систематизировать материал и выполняет практические задания с подробными пояснениями и аргументированными выводами

РАЗДЕЛ 4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков, характеризующие этапы формирования компетенций

Устная форма позволяет оценить знания и кругозор студента, умение логически построить ответ, владение монологической речью и иные коммуникативные навыки. Проводятся преподавателем с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, рассчитана на выяснение объема знаний обучающегося по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.

На опрос студентов отводится 15 минут. За ответ на теоретические вопросы студент может получить максимально 10 баллов. Если полно и аргументировано отвечает по содержанию задания, излагает материал последовательно и правильно – 10 баллов. Излагает материал последовательно и правильно, но допускает некоторые неточности – 7 баллов. Излагает материал непоследовательно и неполно и допускает ошибки – 4 балла. Хаотично излагает материал, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал – 1 балл.

Оценивание ответов на устные вопросы

Баллы	Оценка	Показатели	Критерии
8-10	«отлично»	1. Полнота данных ответов; 2. Аргументированность данных ответов; 3. Правильность ответов на вопросы;	Полно и аргументировано даны ответы по содержанию задания. Обнаружено понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только по учебнику, но и самостоятельно составленные. Изложение материала последовательно и правильно.
5-7	«хорошо»	и т.д.	Студент дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «отлично», но допускает 1-2 ошибки, которые сам же исправляет.
2-4	«удовлетворительно»		Студент обнаруживает знание и понимание основных положений данного задания, но: 1) излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; 2) не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; 3) излагает материал непоследовательно и допускает ошибки.

0-1	«неудовлетворительно»		Студент обнаруживает незнание ответа на соответствующее задание, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал; отмечаются такие недостатки в подготовке студента, которые являются серьезным препятствием к успешному овладению последующим материалом.
-----	-----------------------	--	---

Тестирование проводится на семинарских занятиях. Самостоятельное выполнение обучающимся учебной группы в течение 30 минут индивидуального тестового задания.

Цель блока - формирование инструментальной компетенции использовать знания базового аппарата дисциплины для решения конкретных задач, самостоятельного приобретения знаний данной дисциплины в условиях повышения личностной мотивации выполнения работы.

Образовательными задачами блока являются:

- глубокое изучение лекционного материала, изучение методов работы с учебной литературой, получение персональных консультаций у преподавателя;
- решение спектра прикладных задач, в том числе профессиональных;
- работа с организационно - управленческими документами

Методика оценивания выполнения тестов

Баллы	Оценка	Показатели	Критерии
25-30	«отлично»	1. Полнота выполнения тестовых заданий; 2. Своевременность выполнения;	Выполнено 90-100 % заданий предложенного теста, в заданиях открытого типа дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос
19-24	«хорошо»	3. Правильность ответов на вопросы; 4. Самостоятельность тестирования;	Выполнено 80-89 % заданий предложенного теста, в заданиях открытого типа дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос; однако были допущены неточности в определении понятий, терминов и др.
6-18	«удовлетворительно»	5. и т.д.	Выполнено 51-79 % заданий предложенного теста, в заданиях открытого типа дан неполный ответ на поставленный вопрос, в ответе не присутствуют доказательные примеры, текст со стилистическими и орфографическими ошибками.
0-5	«неудовлетворительно»		Выполнено 0-50% заданий предложенного теста, на поставленные вопросы ответ

	тельно»	отсутствует или неполный, допущены существенные ошибки в теоретическом материале (терминах, понятиях)
--	---------	---

Метод кейсов способствует развитию у обучающихся самостоятельного мышления, умения выслушивать и учитывать альтернативную точку зрения, аргументировано высказать свою. С помощью этого метода студенты имеют возможность проявить и усовершенствовать аналитические и оценочные навыки, научиться работать в команде, находить наиболее рациональное решение поставленной проблемы.

Метод case-study или метод конкретных ситуаций представляет собой метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач, ситуаций (выполнения кейс-заданий) Ознакомление студентов с текстом кейса и последующий анализ кейса может осуществляться заранее (за несколько дней до его обсуждения) как самостоятельная работа студентов. Обсуждение небольших кейсов может быть включено в учебный процесс, и студенты могут знакомиться с ними непосредственно на занятиях.

Общая схема работы с кейсом на этапе анализа может быть представлена следующим образом: в первую очередь следует выявить ключевые проблемы кейса и понять, какие именно из представленных важны для решения; войти в ситуационный контекст кейса, определить, кто его главные действующие лица, отобрать информацию необходимую для анализа, понять, какие трудности могут возникнуть при решении задачи. Максимальная польза из работы над кейсами будет извлечена в том случае, если студенты при предварительном знакомстве с ним.

На решение кейс-заданий отводится 45 минут. Студент может получить максимально 20 баллов. Кейс-задание выполнено полностью, в рамках регламента, установленного на публичную презентацию, студент приводит полную четкую аргументацию выбранного решения на основе качественно сделанного анализа. Демонстрируются хорошие теоретические знания, имеется собственная обоснованная точка зрения на проблему и причины ее возникновения– 20 баллов. Кейс-задание выполнено полностью, но в рамках установленного на выступление регламента, студент не приводит полную четкую аргументацию выбранного решения. Имеет место излишнее теоретизирование, или наоборот, теоретическое обоснование ограничено, имеется собственная точка зрения на проблемы, но не все причины ее возникновения установлены– 15 баллов.

Кейс-задание выполнено более чем на 2/3, но в рамках установленного на выступление регламента, студент расплывчато раскрывает решение, не может четко аргументировать сделанный выбор, показывает явный недостаток теоретических знаний. Выводы слабые, свидетельствуют о недостаточном анализе фактов, в основе решения может иметь место интерпретация фактов или предположения, Излагает материал непоследовательно и неполно и допускает ошибки – 9 баллов. Кейс-задание не выполнено, или выполнено менее чем на треть. Отсутствует детализация при анализе кейса, изложение устное или письменное не

структурировано. Если решение и обозначено в выступлении или отчете-презентации, то оно не является решением проблемы, которая заложена в кейсе— 3 баллов.

Методика оценивания выполнения кейс-задач

Баллы	Оценка	Показатели	Критерии
16-20	«отлично»	1. Полнота решения кейс-задач; 2. Своевременность выполнения; 3. Правильность ответов на вопросы; и т.д.	Основные требования к решению кейс-задач выполнены. Продемонстрированы умение анализировать ситуацию и находить оптимальное количества решений, умение работать с информацией, в том числе умение затребовать дополнительную информацию, необходимую для уточнения ситуации, навыки четкого и точного изложения собственной точки зрения в устной и письменной форме, убедительного отстаивания своей точки зрения;
10-15	«хорошо»		Основные требования к решению кейс-задач выполнены, но при этом допущены недочеты. В частности, недостаточно раскрыты навыки критического оценивания различных точек зрения, осуществление самоанализа, самоконтроля и самооценки, креативности, нестандартности предлагаемых решений
4-9	«удовлетворительно»		Имеются существенные отступления от решения кейс-задач. В частности отсутствуют навыки умения моделировать решения в соответствии с заданием, представлять различные подходы к разработке планов действий, ориентированных на конечный результат
0-3	«неудовлетворительно»		Задача кейса не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы

Лабораторная работа — это форма организации учебного процесса, когда обучающиеся по заданию и под руководством преподавателя самостоятельно разрабатывают приложения, осуществляют настройку подсистемы безопасности, проводят измерения, элементарные исследования на основе специально разработанных заданий. Лабораторная работа как вид учебного занятия должна проводиться в специально оборудованных учебных лабораториях. Продолжительность -

не менее двух академических часов. Необходимыми структурными элементами лабораторной работы, помимо самостоятельной деятельности студентов, являются инструктаж, проводимый преподавателем, а также организация обсуждения итогов выполнения лабораторной работы.

Содержание лабораторного занятия определяется перечнем формируемых компетенций по конкретной учебной дисциплине, а также характеристикой профессиональной деятельности выпускников, требованиями к результатам освоения основной профессиональной образовательной программы.

Защита лабораторной работы позволяет оценить умение и владение обучающегося излагать суть поставленной задачи, применять стандартные методы решения задачи с использованием имеющейся лабораторной базы, проводить анализ результата работы.

Методика оценивания выполнения лабораторных работ

Баллы	Оценка	Показатели	Критерии
18-20	«отлично»	1. Полнота выполнения лабораторной работы; 2. Своевременность выполнения задания;	Выполнены все задания лабораторной работы, студент четко и без ошибок ответил на все контрольные вопросы
14-17	«хорошо»	3. Последовательность и рациональность выполнения задания;	Выполнены все задания лабораторной работы; студент ответил на все контрольные вопросы с замечаниями
10-13	«удовлетворительно»	4. Самостоятельность решения; и т.д.	Выполнены все задания лабораторной работы с замечаниями; студент ответил на все контрольные вопросы с замечаниями
0-9	«неудовлетворительно»		Задание не выполнено

Экзамен нацелен на комплексную проверку освоения дисциплины. Экзамен проводится в письменной форме по билетам, в которых содержатся вопросы (задания) по всем темам курса. Обучающемуся даётся время на подготовку. Оценивается владение материалом, его системное освоение, способность применять нужные знания, навыки и умения при анализе проблемных ситуаций и решении практических заданий.

В экзаменационный билет включено два теоретических вопроса и практическое задание, соответствующие содержанию формируемых компетенций. Экзамен проводится в устной форме. На ответ и решение задачи студенту отводится 40 минут. За ответ на теоретические вопросы с решением практического задания студент может получить максимально 30 баллов.

Абсолютное понимание сути вопросов, логически и лексически грамотно изложенные два вопроса и практическое задание – 30 баллов.

Достаточно полные знания, хорошее понимание сути вопросов, правильные ответы на вопросы, минимальное количество неточностей в решение практического задания - 24 балла.

Неполно или непоследовательно раскрыто содержание материала и практического задания, но показано общее понимание вопроса, демонстрируются поверхностные знания дисциплин специальности – 18 баллов.

Материал излагается непоследовательно, сбивчиво, не представляет определенной системы знаний по дисциплине, не раскрыто его основное содержание – 5 баллов.

Оценивание ответа на экзамене

Баллы	Оценка	Показатели	Критерии
25-30	«отлично»	1. Полнота изложения теоретического материала; 2. Полнота и правильность решения практического задания; 3. Правильность и/или аргументированность изложения (последовательность действий);	Дан полный, в логической последовательности развернутый ответ на поставленный вопрос, где он продемонстрировал знания предмета в полном объеме учебной программы, достаточно глубоко осмысливает дисциплину, самостоятельно, и исчерпывающе отвечает на дополнительные вопросы, приводит собственные примеры по проблематике поставленного вопроса, решил предложенные практические задания без ошибок.
19-24	«хорошо»	4. Самостоятельность ответа; 5. Культура речи; и т.д.	Дан развернутый ответ на поставленный вопрос, где студент демонстрирует знания, приобретенные на лекционных и семинарских занятиях, а также полученные посредством изучения обязательных учебных материалов по курсу, дает аргументированные ответы, приводит примеры, в ответе присутствует свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается неточность в ответе. Решил предложенные практические задания с небольшими неточностями.

6-18	«удовлетворительно»	<p>Дан ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой дисциплины, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы, знанием основных вопросов теории, слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры, недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа и решении практических заданий.</p>
0-5	«неудовлетворительно»	<p>Дан ответ, который содержит ряд серьезных неточностей, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы, незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов, неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Выводы поверхностны. Решение практических заданий не выполнено, т.е студент не способен ответить на вопросы даже при дополнительных наводящих вопросах преподавателя.</p>

**Лист актуализации оценочных материалов по дисциплине
«Цифровой маркетинг»**

Оценочные материалы пересмотрены,
обсуждены и одобрены на заседании кафедры

Протокол от « _____ » _____ 20__ г. № _____

Зав. кафедрой _____

Оценочные материалы пересмотрены,
обсуждены и одобрены на заседании кафедры

Протокол от « _____ » _____ 20__ г. № _____

Зав. кафедрой _____

Оценочные материалы пересмотрены,
обсуждены и одобрены на заседании кафедры

Протокол от « _____ » _____ 20__ г. № _____

Зав. кафедрой _____

Оценочные материалы пересмотрены,
обсуждены и одобрены на заседании кафедры

Протокол от « _____ » _____ 20__ г. № _____

Зав. кафедрой _____