

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
СТАВРОПОЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

УТВЕРЖДАЮ

Директор/Декан
института экономики, финансов и
управления в АПК
Гунько Юлия Александровна

«__» _____ 20__ г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ (ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ)

Б1.В.04 Интернет-маркетинг

38.03.02 Менеджмент

Маркетинг

бакалавр

очная

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций ОП ВО и овладение следующими результатами обучения по дисциплине:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ПК-1 Способен проводить маркетинговые исследования профессиональной деятельности в	ПК-1.2 Анализирует деятельность конкурентов, в т.ч. в сети интернет	знает методы проведения исследований в интернете, методики отстройки от конкурента
		умеет проводить исследование и отстраиваться от конкурентов по методикам POP и POD, проводить SWOT-анализ своего продукта, выявлять потребности потребителей, характеристики целевой группы
		владеет навыками формировать аналитической записки по результатам исследования конкурентов, целевых групп, информационного поля
ПК-3 Способен разрабатывать маркетинговую стратегию организации и проводить оценку ее эффективности реализации	ПК-3.2 Разрабатывает стратегию продвижения товаров (услуг) и анализирует показатели ее эффективность и	знает основы бюджетирования в интернет-маркетинге, копирайтинг, основы веб-аналитики, основы юзабилити, особенности работы с социальными медиа
		умеет анализировать информация для построения стратегии, разрабатывать способы привлечения пользователей сообществ
		владеет навыками формировать стратегии продвижения в интернет среде
ПК-4 Способен организовать продвижение (услуг) товаров	ПК-4.2 Формирует программу лояльности потребителей к бренду организации	знает каналы маркетинговых коммуникаций в интернете, основы деловой коммуникации, способы продвижения в интернет среде
		умеет выполнять подбор площадок для продвижения, выполнять подбор инструментов интернет-маркетинга для продвижения своего продукта
		владеет навыками формировать технические задания для программистов, копирайтеров, дизайнеров

2. Перечень оценочных средств по дисциплине

№	Наименование раздела/темы	Семестр	Код индикаторов достижения компетенций	Оценочное средство проверки результатов достижения индикаторов компетенций
1.	1 раздел. Основы интернет-маркетинга			
1.1.	Основы интернет-маркетинга	6		Собеседование
2.	2 раздел. Целевая аудитория			
2.1.	Целевая аудитория	6		Тест
3.	3 раздел. Анализ конкурентов и УТП			
3.1.	Анализ конкурентов и УТП	6		Задачи
4.	4 раздел. Основы веб-аналитики			
4.1.	Основы веб-аналитики	6		Собеседование
5.	5 раздел. Разработка стратегии интернет-маркетинга			
5.1.	Разработка стратегии интернет-маркетинга	6		Тест
6.	6 раздел. Социальные сети и их значение в интернет-маркетинге			
6.1.	Социальные сети и их значение в интернет-маркетинге	6		Задачи
7.	7 раздел. Контент-маркетинг и оценка его эффективности			
7.1.	Контент-маркетинг и оценка его эффективности	6		Собеседование
8.	8 раздел. E-mail маркетинг			
8.1.	E-mail маркетинг	6		Тест
9.	9 раздел. Инструменты интернет-маркетинга			
9.1.	Инструменты интернет-маркетинга	6		Задачи
9.2.		6		
	Промежуточная аттестация			Эк

3. Оценочные средства (оценочные материалы)

Примерный перечень оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде (Оценочные материалы)
Текущий контроль			
Для оценки знаний			

1	Собеседование	Средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.	Вопросы по темам/разделам дисциплины
2	Задачи	Задачи репродуктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать знание фактического материала (базовые понятия, алгоритмы, факты) и правильное использование специальных терминов и понятий, узнавание объектов изучения в рамках определенного раздела дисциплины;	Комплект задач минимального уровня
3	Тест	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.	Фонд тестовых заданий
Для оценки умений			
Для оценки навыков			
Промежуточная аттестация			
4	Курсовые работы (проектов)	Вид самостоятельной письменной работы, направленный на творческое освоение общепрофессиональных и профильных профессиональных дисциплин (модулей) и выработку соответствующих профессиональных компетенций. При написании курсовой работы студент должен полностью раскрыть выбранную тему, соблюсти логику изложения материала, показать умение делать обобщения и выводы.	Перечень тем курсовых работ (проектов)

5	Экзамен	Средство контроля усвоения учебного материала и формирования компетенций, организованное в виде беседы по билетам с целью проверки степени и качества усвоения изучаемого материала, определить необходимость введения изменений в содержание и методы обучения.	Комплект экзаменационных билетов
---	---------	--	----------------------------------

4. Примерный фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) "Интернет-маркетинг"

Примерные оценочные материалы для текущего контроля успеваемости

*Примерные оценочные материалы
для проведения промежуточной аттестации (зачет, экзамен)
по итогам освоения дисциплины (модуля)*

Темы письменных работ (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)