

**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.05 Маркетинг в социальных сетях

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 социальных сетях, методики отстройки от конкурента в социальных сетях
		умеет проводить исследование и отстраиваться от конкурентов в социальных сетях, проводить SWOT-анализ своего продукта, выявлять потребности потребителей, характеристики целевой группы в социальных сетях
		владеет навыками формировать аналитической записки по результатам исследования конкурентов, целевых групп, информационного поля в социальных сетях
ПК-3 Способен разрабатывать маркетинговую стратегию организации и проводить оценку ее эффективности реализации	ПК-3.1 Формирует комплекс маркетинга организации	знает копирайтинг, основы веб-аналитики, основы юзабилити, особенности работы с социальными медиа
		умеет анализировать информация для построения стратегии продвижения в социальных сетях, разрабатывать способы привлечения пользователей сообществ
		владеет навыками формировать стратегию продвижения в социальных сетях
ПК-4 Способен организовать продвижение товаров (услуг)	ПК-4.1 Организует мероприятия, способствующие увеличению продаж продукции	знает каналы маркетинговых коммуникаций в социальных сетях, основы деловой коммуникации в социальных сетях, основы бюджетирования маркетинговой стратегии в социальных сетях.
		умеет выполнять подбор инструментов для продвижения своего продукта в социальных сетях
		владеет навыками работать в рекламных кабинетах социальных сетей

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 маркетинга в социальных сетях			
1.1.	Основы маркетинга в социальных сетях	7		Собеседование
2.	2 раздел. Целевая аудитория			
2.1.	Целевая аудитория	7		Тест
3.	3 раздел. Анализ конкурентов и УТП			
3.1.	Анализ конкурентов и УТП	7		Собеседование
4.	4 раздел. Разработка стратегии в социальных сетях			
4.1.	Разработка стратегии в социальных сетях	7		Тест
5.	5 раздел. Контент-маркетинг и оценка его эффективности в социальных сетях			
5.1.	Контент-маркетинг и оценка его эффективности в социальных сетях	7		Собеседование
6.	6 раздел. Инструменты продвижения продукта в социальных сетях			
6.1.	Инструменты продвижения продукта в социальных сетях	7		Тест
	Промежуточная аттестация			За

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	Тест	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.	Фонд тестовых заданий
Для оценки умений			
Для оценки навыков			
Промежуточная аттестация			

3	Зачет	Средство контроля усвоения учебного материала практических и семинарских занятий, успешного прохождения практик и выполнения в процессе этих практик всех учебных поручений в соответствии с утвержденной программой с выставлением оценки в виде «зачтено», «незачтено».	Перечень вопросов к зачету
---	-------	---	----------------------------

4. Примерный фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) "Маркетинг в социальных сетях"

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.)