

**ЧАСТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«СТАВРОПОЛЬСКИЙ МНОГОПРОФИЛЬНЫЙ КОЛЛЕДЖ»**

РАССМОТРЕНО  
на заседании кафедры «Экономики и  
туризма»  
Протокол № 5 от «15» января 2024 г.

УТВЕРЖДАЮ Директор  
\_\_\_\_\_ Н.В.Кандаурова  
«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2024 г.

**КОНТРОЛЬНО-ИЗМЕРИТЕЛЬНЫЕ МАТЕРИАЛЫ К  
ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

**ФОРМА ПРОВЕДЕНИЯ – ДИФФЕРЕНЦИРОВАННЫЙ ЗАЧЕТ**

Дисциплина: «Интернет-маркетинг»  
Форма обучения: очная  
Для студентов по специальности 42.02.01 Реклама

Разработчик: Абидова С.А.

Ставрополь, 2024

## 1. Общие положения

Контрольно-измерительные материалы предназначены для контроля и оценки образовательных и профессиональных достижений обучающихся.

КИМ включают контрольные материалы для проведения промежуточной аттестации в форме дифференцированного зачета.

## 2. Результаты освоения дисциплины, подлежащие проверке

### 2.1. Общие компетенции

Код компетенции	Формулировка компетенции	Знания, умения
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	<b>Умения:</b> распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части определять этапы решения задачи выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы составлять план действия определять необходимые ресурсы владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах реализовывать составленный план оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника) <b>Знания:</b> актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях методы работы в профессиональной и смежных сферах структуру плана для решения задач порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа	<b>Умения:</b> определять задачи для поиска информации определять необходимые источники информации планировать процесс поиска

	и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	структурировать получаемую информацию
		выделять наиболее значимое в перечне информации
		оценивать практическую значимость результатов поиска
		оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач
		использовать современное программное обеспечение
		использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач
		<b>Знания:</b>
		номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности
		приемы структурирования информации
		формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации
		порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	<b>Умения:</b>
		определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности
		применять современную научную профессиональную терминологию
		определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования
		выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи
		презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план
		рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования
		определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности
		презентовать бизнес-идею
		определять источники финансирования
		<b>Знания:</b>
		содержание актуальной нормативно-правовой документации
		современная научная и профессиональная терминология
		возможные траектории профессионального развития и самообразования
		основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности
		правила разработки бизнес-планов

		порядок выстраивания презентации
		кредитные банковские продукты

## 2.2. Профессиональные компетенции

Виды деятельности	Код и наименование компетенции	Показатели освоения компетенции
Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий	ПК.3.1 Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет	<b>Практический опыт:</b> - аналитической работы при разработке стратегии продвижения в сети Интернет; - выбора оптимальной стратегии продвижения в сети Интернет; - постановки задач продвижения объекта рекламирования в сети Интернет.
		<b>Умения:</b> - определять тип рекламной стратегии продвижения бренда в сети Интернет; - разрабатывать рекламную стратегию продвижения бренда в сети Интернет.
	ПК.3.2 Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет	<b>Знания:</b> - типов рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет; - способов разработки рекламных стратегий продвижения бренда в сети Интернет.
		<b>Практический опыт:</b> - подбора и использования оффера; - разработки рекламной кампании в сети Интернет. <b>Умения:</b> - подбирать ключевые слова и словосочетания с максимальным показом для поискового продвижения; - использовать специальные методы и сервисы

		<p>повышения обратной связи с ЦА;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- проверять рекламные материалы на уникальность/оригинальность;</li> <li>- представлять разработанные макеты рекламных носителей в виде наглядных и достоверных мокапов;</li> <li>- обеспечивать качественное функционирование сайта;</li> <li>- писать оригинальные и качественные рекламные тексты, в том числе и для веб-сайтов и социальных групп;</li> <li>- находить идеи и предложения для усиления воздействия рекламной кампании на ЦА;</li> <li>- разрабатывать креативные и качественные макеты рекламных и информационных носителей, в том числе инфографику в сети Интернет;</li> <li>- осуществлять руководство ходом проведения рекламных кампаний в сети Интернет;</li> <li>- преобразовывать требования заказчика в бриф;</li> <li>- учитывать мнение заказчика при планировании РК.</li> </ul> <p><b>Знания:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- возможности интернет-ресурсов для рекламирования товаров/услуг;</li> <li>- виды сайтов, их возможности и варианты применения;</li> <li>- требования к качественному</li> </ul>
--	--	---

		<p>функционированию сайтов;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- виды и инструменты маркетинговых коммуникаций;</li> <li>- отраслевую терминологию;</li> <li>- важность учета пожеланий заказчика при планировании рекламной кампании в сети Интернет;</li> <li>- структуру брифа и требования к нему.</li> </ul>
	<p>ПК 3.3 Проводит рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях</p>	<p><b>Практический опыт:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- структуры и базовых принципов рекламного сообщения;</li> <li>- реализации рекламной кампании в сети Интернет.</li> </ul> <p><b>Умения:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- использовать поисковые системы интернета;</li> <li>- использовать технологии поисково-контекстной рекламы;</li> <li>- использовать системы размещения контекстно-медийной рекламы;</li> <li>- использовать специальные профессиональные сервисы для оценки эффективности рекламы в интернете;</li> <li>- создавать и обрабатывать графические и текстовые материалы с использованием программных средств, облачных и сетевых технологий;</li> <li>- конвертировать файлы в нужные форматы;</li> <li>- использовать сетевые средства проверки текстовых материалов на оригинальность и антиплагиат;</li> <li>- размещать рекламные материалы в социальных медиа;</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"><li>- разрабатывать концепт дизайна и первичной визуализации в сети Интернет, представляя их в виде мудборда или референсов;</li><li>- определять эффективные офферы;</li><li>- создавать оригинальные и стильные логотипы;</li><li>- составлять тексты информационных, нативных и иных сообщений для размещения в социальных медиа;</li><li>- создавать оригинальные, современные по стилю сайты;</li><li>- использовать приемы внутренней и внешней оптимизации сайтов;</li><li>- повышать информационную наглядность сайтов;</li><li>- создавать качественные макеты иллюстраций для публикации в социальных сетях;</li><li>- разрабатывать элементы фирменного стиля и РК с учетом пожеланий и профиля заказчика;</li><li>- доводить информацию заказчика до ЦА;</li><li>- использовать методы и способы привлечения пользователей в интернет-сообщество;</li><li>- использовать современные приемы и технологии проведения и управления презентациями;</li><li>- использовать приемы управления аудиторией и ее вниманием при разработке</li></ul>
--	--	---

		дизайна и стратегий в сети Интернет.
		<b>Знания:</b> - отраслевую терминологию; - важность учета пожеланий заказчика при разработке дизайна и стратегий в сети Интернет; - важность учета пожеланий заказчика при разработке рекламных носителей в сети Интернет.

### 2.3. Личностные результаты

<b>Личностные результаты реализации программы воспитания (дескрипторы)</b>	<b>Код личностных результатов реализации программы воспитания</b>
Осознающий приоритетную ценность личности человека; уважающий собственную и чужую уникальность в различных ситуациях, во всех формах и видах деятельности.	<b>ЛР 7</b>
<b>Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные отраслевыми требованиями к деловым качествам личности(при наличии)</b>	
Демонстрирующий готовность и способность вести диалог с другими людьми, достигать в нем взаимопонимания, находить общие цели и сотрудничать для их достижения в профессиональной деятельности	<b>ЛР 20</b>
<b>Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные субъектом Российской Федерации (при наличии)</b>	
<b>Личностные результаты реализации программы воспитания, определенные ключевыми работодателями (при наличии)</b>	
Владеющий психологией общения и профессиональной этикой, современными формами и методами обслуживания потребителя.	<b>ЛР 37</b>

## 3. Измерительные материалы для оценивания результатов освоения учебной дисциплины

### 3.1. Задания для проведения зачета

**Форма дифференцированного зачета –устная по вопросам**

### **3.2. Условия выполнения задания**

1. Место (время) выполнения задания: аудитория Л 513 Кабинет экономико-финансовых дисциплин.
2. Максимальное время выполнения задания: 20 мин
3. Источники информации, разрешенные к использованию на зачете, оборудование: канцелярские принадлежности (ручка, карандаши).

### **Вопросы к дифференцированному зачету**

1. Сеть Интернет как среда маркетинга.
2. Уникальность свойств и характеристик сети Интернет.
3. Место Интернет-маркетинга в деятельности компании.
4. Интернет как новый инструмент маркетинга.
5. Принципы этичного маркетинга в сети Интернет.
6. Проблемы и перспективы развития сети Интернет.
7. Понятие веб-сайта предприятия. Его структура.
8. Цели и задачи, стоящие перед веб-сайтом предприятия.
9. Роль службы маркетинга при создании веб-сайта предприятия.
10. Структурирование целевых аудиторий.
11. Создание четкого УТП с помощью веб-сайта.
12. Роль посредников при создании сайта предприятия.
13. Порядок оптимизации сайта предприятия.
14. Сферы применения поискового маркетинга.
15. Составление семантического ядра сайта.
16. Непоисковое продвижение.
17. Системы интернет-статистики. Показатели характеризующие эффективность продвижения сайта предприятия в сети Интернет.
18. Преимущества электронной почты.
19. Условия использования инструментов e-mail маркетинга: структура и содержание договоров, ценовая политика.
20. Требования к построению электронных сообщений.
21. Обеспечение механизма обратной связи.
22. Эффективность e-mail маркетинга и методы ее повышения.
23. Приемы подготовки эффективного электронного письма.
24. Форматы рекламы в сети Интернет.
25. Контекстная реклама: цели задачи.
26. Неэтичные методы продвижения.
27. Понятие партнерских программ.
28. Виды партнерских программ в интернете.

29. Достоинства партнерских программ.
30. Создание партнерских программ.
31. Понятие социальной сети.
32. Роль маркетинга в социальных сетях.
33. Оценка маркетинга в социальных сетях.
34. План маркетинга в социальных сетях.
35. План маркетинга в сети интернет: образ участника и целеполагание.
36. План маркетинга в сети интернет: план отбора каналов и креативная концепция.
37. План маркетинга в сети интернет: схема контента.
38. План маркетинга в сети интернет: создание осведомленности и влияния.
39. План маркетинга в сети интернет: сбор данных, анализ и оптимизация.
40. Совместная работа в сети интернет.
41. Программы обмена мгновенными сообщениями, блоги, хранилища данных, файлообменные сети, он-лайн переводчики.
42. Приложения Google Apps.
43. Профессиональные сообщества в интернете.

### **Критерии оценивания заданий**

**Оценка «отлично»** - уровень освоения обучающимся учебного материала достаточно высок, обучающийся умеет использовать теоретические знания при выполнении практических задач с практикой, подтверждает сформированность общих и профессиональных компетенций;

**Оценка «хорошо»** - обучающийся полно освоил учебный материал, владеет понятийным аппаратом, ориентируется в изученном материале, осознанно применяет знания для решения практических задач, грамотно излагает ответ, но содержание и форма ответа имеют отдельные неточности;

**Оценка «удовлетворительно»** - обучающийся знает и понимает основные положения учебного материала, но излагает его неполно, непоследовательно, допускает неточности в определении понятий, в применении знаний для решения практических задач не умеет доказательно обосновать свои суждения;

**Оценка «неудовлетворительно»** - обучающийся имеет разрозненные, бессистемные знания, не умеет выделять главное и второстепенное, допускает ошибки в определении понятий, искажает их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал, не может применять знания для решения практических задач.