



Утверждаю

Ректор

ЧЕРКЕС-ЗАДЕ Е. В.

«01» МАРТА 2023 г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ по дисциплине

Цифровой маркетинг

Уровень высшего образования:	Бакалавриат
Направление подготовки:	38.03.02 Менеджмент
Направленность (профиль) подготовки:	Менеджмент и маркетинг в креативных индустриях
Квалификация (степень):	Бакалавр
Форма обучения:	Очная
Срок освоения по данной программе:	4 года

1. Формы и оценочные материалы текущего контроля успеваемости, и промежуточной аттестации

В процессе и по завершению изучения дисциплины оценивается формирование у студентов следующих компетенций:

Компетенция	Индикатор достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине		
		Знать	Уметь	Иметь практический опыт
ПК-1. Способен подготовить план и техническое задание для проведения маркетингового исследования	ИПК-1.2. Определяет маркетинговые инструменты, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования	-особенности использования современных цифровых и интернет-технологий для решения задач маркетинговой деятельности; - особенности работы с контентом; -информационно-коммуникационные технологии.	-планировать и организовывать коммуникационную и рекламную кампанию в интернете с использованием различных цифровых технологий и решений; -подбирать подходящее техническое оборудование и программное обеспечение для решения задач профессиональной деятельности.	-проведения аналитической и организационной работы при подготовке и реализации проектов в цифровой среде; -использования актуальных цифровых платформ и программных решений для решения профессиональных задач.
	ИПК-1.3. Разрабатывает техническое задание для проведения маркетингового исследования на основе анализа конъюнктуры рынка товаров и услуг			
ПК-3. Способен принимать участие в предпринимательской деятельности по выполнению бизнес-проектов в сфере креативных индустрий	ИПК-3.2. Участвует в осуществлении ресурсного обеспечения текущих производственных, закупочных, сбытовых, маркетинговых, информационных, финансовых, инвестиционных бизнес-процессов в сфере креативных индустрий ИПК-3.3. Принимает участие в ведении предпринимательской деятельности и развитии бизнес-проектов посредством их реконструкции, акселерации, изменения масштабов	- особенности ресурсного обеспечения бизнес-процессов в сфере креативных индустрий; -принципы развития бизнес-проектов; -основные взаимодействия между различными аспектами предпринимательской деятельности.	-корректно описать технические задания для осуществления текущих производственных и иных бизнес-процессов; -реконструировать различные аспекты предпринимательской деятельности через их масштабирование, реконструкцию и акселерацию.	-участия в ресурсном обеспечении различных бизнес-процессов в сфере креативных индустрий; -участия в ведении предпринимательской деятельности и развитии бизнес-процессов -опыт взаимодействия с подрядчиками в области креативных индустрий

1.1. Текущий контроль успеваемости

Текущий контроль успеваемости осуществляется путем оценки результатов выполнения заданий практических (семинарских), самостоятельной работы, предусмотренных учебным планом и посещения занятий/ активность на занятиях.

В качестве оценочных средств текущего контроля успеваемости предусмотрены:

- Групповое исследование
- Индивидуальный доклад с презентацией

Групповое исследование

Разработка стратегии цифрового маркетинга (групповой отчет на 3000 слов)

Задача:

Рассмотреть, как на практике используются цифровые инструменты для достижения маркетинговых целей и эффективного воздействия на определенный потребительский сегмент (ы). Это поможет понять важность цифрового маркетинга с практической точки зрения и продемонстрирует важность соответствия продукта / услуги, целевой аудитории и стратегии цифрового маркетинга.

Введение в работу:

Как команда, вы должны разработать стратегию цифрового маркетинга для вашей компании-клиента. Опишите маркетинговую среду, целевую аудиторию и комплекс цифрового маркетинга. Предложите стратегию цифрового маркетинга. Продемонстрируйте, как инструменты и каналы цифрового маркетинга будут использоваться для реализации стратегии цифрового маркетинга.

Подробности:

Содержание этого бизнес-отчета должно состоять как минимум из 7 разделов, быть логичным и хорошо изученным, оформленным.

В отчете вы должны продемонстрировать творческий подход и нестандартность мышления в определении соответствующих инструментов цифрового маркетинга, в сочетании с объективными аргументами в поддержку уместности предложенной вами стратегии цифрового маркетинга.

Проявите креативность для разработки визуальных эффектов, чтобы воплотить в жизнь вашу идею, используйте цифровой микс (например, макеты сообщений в социальных сетях, рекламные объявления с оплатой за клик и т. д.).

Вы должны использовать отраслевые отчеты и академические исследования, чтобы обосновать эффективность предлагаемой вами стратегии цифрового маркетинга.

Используйте модель SOSTAC для планирования цифрового маркетинга.

Подход/шаги, которым необходимо следовать, используя модель планирования SOSTAC:

1. Аннотация: составьте краткий, лаконичный и оптимистичный обзор, включая цели/задачи, возможности и проблемы организации с точки зрения цифрового

маркетинга, предлагаемые инструменты и каналы коммуникаций цифрового маркетинга и бюджет.

2. Введение: Предыстория компании. Какие преимущества компания предлагает потребителям? Какие потребности удовлетворяет компания? Какой пробел на рынке заполняет компания? Исследование, использованное в этом анализе, краткое введение в структуру SOSTAC и структуру отчета.

Анализ ситуации: обзор рынка, потребителей и конкурентов. Проиллюстрируйте ситуационный анализ. Сделайте эту отрасль актуальной. Просмотрите текущие цифровые носители (модель 5S).

Цели: Цели цифрового маркетинга и коммуникаций. Каковы SMART-цели предлагаемого вами плана цифрового маркетинга? Что такое CSF и KPI?

Стратегия и тактика:

Концепция и сообщения интегрированных цифровых маркетинговых коммуникаций. Какова концепция и каковы сообщения предлагаемых вами цифровых маркетинговых коммуникаций?

Профиль целевой аудитории. Кто является вашей основной целевой аудиторией? Рассмотрите этот рынок с точки зрения их психографики, цифрового поведения, демографии и географического положения. Подготовьте образ цифрового потребителя.

Брендинг и позиционирование. Используйте картографирование восприятия, чтобы определить, как вы хотите, чтобы компания-клиент воспринималась целевыми сегментами по сравнению с конкурентами после реализации предложенной стратегии цифрового маркетинга.

Инструменты и каналы цифрового маркетинга — выберите как минимум два инструмента цифрового маркетинга (например, социальные сети, электронная почта, контекстная реклама и т. д.); обоснуйте свой выбор. Объясните и проиллюстрируйте, как вы будете использовать эти инструменты и каналы цифрового маркетинга для эффективного достижения целей. Приведите несколько примеров визуальных макетов в приложениях (например, макеты постов в социальных сетях).

Определите сроки и рассчитайте бюджет.

Контроль: Как вы будете измерять результаты?

Ссылки. Используйте проверенные и качественные источники - не менее 20. Правильное оформление ссылок и цитат - в соответствии с ГОСТ Р 7.0.5-2008 "Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Библиографическая ссылка. Общие требования и правила составления".

Приложения. Используйте приложения для предоставления дополнительных материалов, таких как визуальные макеты, относящиеся к предлагаемым вами инструментам и каналам цифрового маркетинга. Когда вы ссылаетесь на них в тексте отчета, ссылайтесь на них как на Приложение А, Приложение В, Приложение С...

Работа сдается в электронном формате.

Критерии оценки Группового исследования

Критерий	Вес %
Оформление и структура	5%
Оформление ссылок и цитат	5%
Содержание/ Разделы/ Находки/ Определения/ Подсчеты	30%
Бизнес-приложение и интеграция данных/литературы	30%
Обсуждение/Анализ/Критическая оценка и/или Рефлексия	20%
Командная работа/ Групповой контракт	10%
Всего	100%

Индивидуальный доклад с презентацией

Питч-презентация стратегии цифрового маркетинга

В индивидуальном порядке студенты должны выбрать один из разделов группового отчета и разработать 5-минутную презентацию PowerPoint, чтобы представить ее клиенту так, как если бы это был личный проект.

Задание связано с групповым заданием. На основе группового отчета студенту необходимо разработать краткую презентацию, которая демонстрирует один раздел структуры SOSTAC и более подробно раскрывает идеи в презентации PowerPoint, чем в групповом отчете.

Рекомендации:

Создайте визуально привлекательный, профессионально оформленный питч

Подготовьте 5-минутную бизнес-презентацию, в которой подробно объясняется раздел, на котором вы сосредоточились. Например, если вы решили представить стратегию в социальных сетях, покажите макеты страниц, покажите, насколько выбранные вами медиаканалы подходят для вашей целевой аудитории (подкрепите ссылками, примерами) и как они помогут вашей цели по продвижению бизнеса (резервную копию со ссылками).

Важно, чтобы вы:

Углубились в тему, которую вы освещаете — будьте содержательными, приведите конкретные примеры, проиллюстрированные визуальными решениями.

Создали инновационный, привлекательный, эффектный дизайн.

Не делали необоснованных утверждений; ссылки должны подтверждать ваши утверждения.

Подготовили краткую 5-минутную речь в PowerPoint — ваше повествование будет ограничено по времени.

Критерии оценки индивидуального доклада:

Контекст/текст (20%)

- Успешно справляется с задачей
- Демонстрирует знание предметной области
- Демонстрирует соответствующие творческие навыки в анализе, оценке, работе с информацией
- Аргументирует, использует примеры
- Это интересно
- Источники исследований (количество-5; качество-журналы, отчеты Мкт, учебники и веб-сайты).

Логика (40%)

Использует логичные и убедительные аргументы
Использует презентацию как механизм для эффективного выделения основных моментов
Удерживает правильный баланс между деталями и ясностью
Формулирует обоснование через презентацию - логика и последовательность
Сообщает общий вывод

Представление/презентация (30%)

Он/она красноречив, свободно говорит
Адекватный темп, паузы
Хорошо организованный
Презентация хорошо оформлена

Ссылки и источники (10%)

Правильное оформление ссылок и цитат - в соответствии с ГОСТ Р 7.0.5-2008 “Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Библиографическая ссылка. Общие требования и правила составления”.
Использовано не менее 5 источников.

1.2. Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация осуществляется в форме Зачета.

В качестве средств, используемых на промежуточной аттестации, предусматривается:

- Тестирование.

1.3. Типовые задания для проведения промежуточной аттестации

1. Цифровой-маркетинг подразумевает:

а) использование всех возможных форм цифровых каналов для продвижения бренда

- b) создание документа, регламентирующего сроки проведения рекламных кампаний
- c) все вышеперечисленное верно
- d) нет верного ответа

2. Целевая аудитория сайта - это

- a) Совокупность ключевых слов и словосочетаний
- b) посетители, на которых непосредственно ориентировано содержание данного интернет-ресурса**
- c) потенциальные посетители, которые еще не знают о существовании сайта\
- d) нет верного ответа

3. Сайт, представляющий собой интернет-дневник, или журнал, который ведется наподобие новостной ленты называется

- a) порталом
- b) блоггом**
- c) сайтом-визиткой
- d) чатом

4. Технология раскрутки сайта в поисковой выдаче с целью получения трафика- это

- a) SEO**
- b) SMM
- c) SMO
- d) SEM

5. Способом привлечения клиентов через социальные сети является:

- a) рекламы
- b) визитные карточки
- c) создание компаниями сообществ в социальных сетях**
- d) нет верного ответа

6. Что отражает показатель CSAT?

7. Как называется процесс оптимизации веб-сайта для повышения его рейтинга на страницах результатов поиска.

- a) PPC
- b) SEO**
- c) B2C
- d) B2B

8. При определении целей для вашей Стратегии цифрового маркетинга лучше всего использовать SMART-цели (Конкретные, Измеримые, Достижимые, Реалистичные, с определенными сроками). Какая из следующих целей является SMART?

- a) Сократите общие расходы на рекламу на 15%
- b) Увеличьте продажи через eCommerce-платформу на 10% в течение следующих шести месяцев.**

- с) Значительно повысьте узнаваемость бренда в течение этого семестра
- д) Увеличьте количество посетителей сайта компании в течение следующих шести месяцев

9. Какая основная цель социальных сетей в интернет-маркетинге?

- а) Для связи бизнеса с потребителями
- б) Чтобы рассказать об опасностях интернета
- с) Для развлечения пользователей
- д) Ничего из вышеперечисленного

10. Количество людей, посещающих веб-сайт это - ...

- а) Цели
- б) Фиды
- с) Трафик
- д) Данные

Критерии оценки

40-36 баллов	Студент безошибочно ответил на 90-100% вопросов теста.
35-30 баллов	Студент безошибочно ответил на 70-89% вопросов теста.
29-21 баллов	Студент безошибочно ответил на 51-60% вопросов теста.
20-0 баллов	Студент безошибочно ответил менее, чем на 50% вопросов теста.

2. Критерии оценки по дисциплине

Итоговая оценка студента по дисциплине (максимум 100 баллов) складывается из работы по данной дисциплине (текущий контроль успеваемости, максимум 60 баллов) и промежуточной аттестации (максимум 40 баллов).

Описание работ	Максимальное количество баллов
Выполнение форм текущего контроля успеваемости:	
Групповое исследование	30
Индивидуальный доклад с презентацией	30
Итого текущий контроль:	60
Промежуточная аттестация:	40
Итого по всем формам контроля:	100

Шкала соответствия оценок промежуточной аттестации (при проведении

экзамена)

5-балльная система	Рейтинговая оценка	Европейская оценка
«Отлично»	80–100	A
«Хорошо»	70–79	B
	60–69	C
«Удовлетворительно»	50–59	D
	40–49	E
«Неудовлетворительно»	Менее 40	F

Соответствие оценок балльно-рейтинговой системы Университета европейскому стандарту:

100 балльная оценка	Европейская шкала оценка	Определение
80–100	A	«Отлично» — теоретическое содержание курса освоено полностью , без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены , качество их выполнения по всем критериям задания соответствует оценкам отлично или очень хорошо, задания выполнены без ошибок, представленная работа содержит оригинальное (или инновационное) решение либо исполнение задания или существенных элементов задания, при этом оно соответствует общим целям и задачам проекта.
70–79	B	«Очень хорошо» — теоретическое содержание курса освоено полностью , без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены , качество выполнения большинства из них оценено по критериям задания как очень хорошо или отлично.
60–69	C	«Хорошо» — теоретическое содержание курса освоено полностью , без пробелов, некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно , все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены , качество выполнения большинства заданий соответствует по всем критериям задания оценкам хорошо или выше , некоторые виды заданий выполнены с незначительными ошибками .
50–59	D	«Удовлетворительно» — теоретическое содержание курса освоено частично , но пробелы не носят существенного характера, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнены , некоторые из выполненных заданий, возможно, содержат ошибки . Все запланированные образовательные результаты по дисциплине достигнуты, возможно, некоторые из них на минимально достаточном уровне.
40–49	E	«Посредственно» — теоретическое содержание курса освоено частично , некоторые или все практические навыки работы сформированы на начальном уровне , некоторые предусмотренные программой обучения учебные задания не выполнены , либо качество выполнения соответствует минимальному достаточному (зачетному) баллу , предложенные решения или исполнение содержат ошибки . Все запланированные образовательные результаты по дисциплине достигнуты, все или некоторые из них на минимально достаточном уровне.
80–100	A	«Отлично» — теоретическое содержание курса освоено полностью , без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным

		материалом сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены , качество их выполнения по всем критериям задания соответствует оценкам отлично или очень хорошо, задания выполнены без ошибок, представленная работа содержит оригинальное (или инновационное) решение либо исполнение задания или существенных элементов задания, при этом оно соответствует общим целям и задачам проекта.
--	--	---