

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Худин Александр Николаевич

Должность: Ректор

Дата подписания: 18.03.2024 09:35:31

Уникальный программный ключ:

08303ad8de1c60b987361de7085acb509ac3da1431415362ffa0ee37e73fa19

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

Оценочные материалы обеспечивают проверку достижения планируемых результатов обучения по программе и используются в процедуре текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации (при наличии) и итоговой аттестации.

1.1. Текущий контроль

Текущий контроль знаний проводится в форме проверки выполнения практико-ориентированных заданий, предусмотренных учебным планом.

Критериями оценки являются следующие:

«Зачтено» - задание выполнено правильно, то есть обучающийся демонстрирует способность применить лекционный материал и информацию, полученную на практических занятиях.

«Не зачтено» - задание выполнено с ошибками или неправильно, без опоры на материал лекций и практических заданий.

Модуль 1. Введение в интернет-маркетинг

Тема 1.1. Введение в интернет-маркетинг: цели, инструменты, метрики, воронка продаж.

Задание 1.

Вы провели рекламную кампанию в ВКонтакте и получили следующие результаты (см. таблицу). Подготовьте отчет для директора по маркетингу, заполнив все пропуски:

Бюджет, руб.	Показы	Клики	CTR, %	CPC, руб.	CR, %	Заказов	CPO*, руб.
	1 256 000	18 300		7,18		316	

*CPO – стоимость одного заказа (cost per order). Аналог CPA (cost per action), где в качестве целевого действия выступает заказ. Формула CPO такая же, как у CPA: бюджет/количество заказов.

Задание 2.

Вы запустили рекламу в ВКонтакте на информационный сайт и получили 125 000 показов с CTR 9% и CPC 30 руб. Трафик вели на лендинг. У сайта следующая структура: лендинг → статьи. Т.е., чтобы

прочитать статью, перейдя с рекламы, нужно сделать ещё один клик. Приведенный трафик обладал следующей характеристикой: показатель отказов* = 27%.

Ответьте на вопросы, заполнив соответствующие поля таблицы:

Сколько человек посетили сайт?	
Каков был рекламный бюджет?	
Сколько человек покинули сайт, не прочитав ни одной статьи?	
Сколько человек прочитали статью?	
Во сколько вам обошелся один посетитель, прочитавший хотя бы одну статью?	

Модуль 2. Маркетинговые исследования и планирование в интернет-маркетинге.

Задание 1. Сегменты и УТП

Выделите основные сегменты целевой аудитории и составьте их портреты (заполните шаблон, приложенный к заданию). Рекомендуем брать не более 5 сегментов. Если Вы выделили больше – выберите 5 самых приоритетных.

Заполните файл «Портреты сегментов ЦА». В нем предусмотрены три вкладки для b2c-сегментов и три вкладки для b2b. Если в брифе указано, что аудитория – только b2c, вкладки b2b заполнять не надо.

Если сегментов получилось больше трех, нужно создать новые вкладки и заполнить их по всем сегментам.

Заполненный файл нужно прислать на проверку.

Задание 2. CJM

Постройте Customer Journey Map для выбранных сегментов. Заполните файл «CJM», приложенный к заданию. Для каждого сегмента отдельная вкладка).

Если вы выделили больше трех сегментов, нужно создать новые вкладки и заполнить их по каждому сегменту.

Модуль 3. Инструментарий интернет-маркетинга

Задание 1. По итогам изученного материала необходимо заполнить таблицы Microsoft Excel по следующим значениям:

1. KPI
2. Подбор запросов
3. H1, Title и Description
4. Текст
5. Технические ошибки
6. Навигация на сайте
7. Ссылочный профиль
8. Коммерческие факторы

Задание 2.

Назовите и кратко опишите 3 основных типа запросов, используемых в SERM.

Задание 3.

Опишите характеристики нейтральной репутации аудитории.

Задание 4.

Опишите характеристики негативной репутации.

Ответ напишите здесь

Задание 5.

Ответьте, какие преимущества дает статус официального аккаунта на большинстве форумов.

Задание 6.

Подберите для вашего проекта 2 основных брендовых запроса и оцените тональность выдачи по каждому из них. Ответ оформите в таблице.

Запрос 1: (укажите здесь запрос)

Площадка	Тональность
Итого:	

Запрос 2: (укажите здесь запрос)

Площадка	Тональность
Итого:	

Задание 7.

Опишите наиболее подходящий метод мотивации вашей аудитории на оставление отзывов.

Задание 8

По заданному шаблону разработать бриф рекламной кампании, рассчитать медиаплан.

Задание 9

Разработка в демоверсии поисковой рекламной кампании «Яндекс.Директ» и её аналитика

Задание 10

Разработка рекламной кампании на площадке маркетплейса по шаблону.

Задание 11

Создание программы продвижения в личном кабинете социальной сети ВКонтакте.

Задание 12

Настройка таргетированной рекламы в созданной программе продвижения в личном кабинете социальной сети ВКонтакте. Сформировать базу аккаунтов путем использования сервисов парсеров.

Задание 13

Составить аналитический отчет о результатах настройки контекстной рекламы в Yandex Direct по шаблону.

Модуль 4. Управление интернет-маркетингом

Разработать организационную структуру взаимодействия для команды из 5 человек. Предложить эффективную систему KPI.

1.2. Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация проходит в форме тестирования по материалам лекционных и практических занятий модуля.

Для успешного прохождения теста необходимо правильно ответить на 60% вопросов.

1.3. Итоговая аттестация

Освоение программы завершается итоговой аттестацией.

Для прохождения итоговой аттестации обучающемуся необходимо решить практико-ориентированные задания(кейса), сделать обоснованные выводы и предоставить результаты аттестационной комиссии.

Кейсы содержат информацию об объекте исследования, анализе целевой аудитории, программе SEO, работы с отзывами, разработке медиаплана, программу настройки контекстной рекламы в Yandex Direct, создание программы продвижения и таргетированной рекламы в со-циальной сети ВКонтакте, разработке медиаплана, веб-аналитике. Требования

Система оценивания

При оценке учитываются:

- уровень сформированности компетенций;
- уровень усвоения содержания курса;
- уровень знания учебного материала в объеме программы;
- логика, структура и грамотность изложения;
- умение делать обобщение, выводы;
- полнота и правильность решения задач;
- последовательность и рациональность решения заданий;
- своевременность и самостоятельность выполнения.

Критерии оценивания:

Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если обучающимся представлено полное верное решение. В логическом рассуждении нет ошибок, задание выполнено рациональным способом. Сформулированы обоснованные выводы.

Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если представлено в целом верное решение. В логическом рассуждении нет ошибок, но предложения не оптимальны и/или имеются небольшие недочеты, в целом не влияющие на результат, такие как небольшие логические пропуски, не связанные с основной идеей решения. Сформулированы полные, но не обоснованные выводы.

Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если имеются существенные ошибки в логическом рассуждении. Сформулированные выводы не обоснованы и не имеют практической значимости.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, если представлено неверное решение или отсутствует, Задание не раскрыто, обнаруживается существенное непонимание проблемы. Сформулированные выводы отсутствуют, или не верны.