Приложение

к рабочей программе дисциплины

«Информационные технологии

в продвижении товаров и услуг»

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА

КАФЕДРА ДИЗАЙНА И ТЕХНОЛОГИЙ

Фонд оценочных средств

для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ПРОДВИЖЕНИИ

ТОВАРОВ И УСЛУГ

Направление и профиль подготовки:

**43.03.01 Сервис**

Форма обучения

очная

Владивосток 2020

**1 Перечень формируемых компетенций\***

Таблица – Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программе

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Код компетенции | Формулировка компетенции | Номер этапа |
|
| ПК-6 | Готовность к применению современных сервисных технологий в процессе предоставления услуг, соответствующих требованиям потребителей | 5 |

Компетенция считается сформированной на данном этапе (номер этапа таблица 1 ФОС) в случае, если полученные результаты обучения по дисциплине оценены положительно (диапазон критериев оценивания результатов обучения «зачтено», «удовлетворительно», «хорошо», «отлично»). В случае отсутствия положительной оценки компетенция на данном этапе считается несформированной.

**2 Описание критериев оценивания планируемых результатов обучения**

ПК-6 – Готовность к применению современных сервисных технологий в процессе предоставления услуг, соответствующих требованиям потребителей

|  |  |
| --- | --- |
| **Планируемые результаты обучения**(показатели достижения заданного уровня планируемого результата обучения) | **Критерии оценивания результатов обучения** |
| **Знает** | особенности продвижения товаров и услуг | полнота освоения материала, правильность ответов на поставленные вопросы, корректность использования профессиональной терминологии |
| **Умеет** | демонстрировать применение современных информационных технологий, осуществляя продвижение товаров и услуг  | корректность выбора методов (инструментов) решения задач; обоснованность принимаемых решений; корректность использования профессиональной терминологии; самостоятельность решения поставленных задач |
| **Владеет навыками**  | применения специальных и прикладных программных средств, работы в компьютерных сетях | Соответствие требованиям нормативно-технической документации; корректность получаемых результатов |

Таблица заполняется в соответствии с разделом 2 Рабочей программы дисциплины (модуля).

**3 Перечень оценочных средств**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Контролируемые планируемые результаты обучения | Контролируемые темы дисциплины | Наименование оценочного средства и представление его в ФОС |
| **текущий контроль** | **промежуточная аттестация** |
| Знания:  | особенности продвижения товаров и услуг | Лабораторные работы №№ 2-8 | Собеседование (п.5.1)Защита лабораторных работ №№ 2-8 (п.5.2) | Итоговый тест (п.5.3)Отчеты по лабораторным работам |
| Умения:  | демонстрировать применение современных информационных технологий, осуществляя продвижение товаров и услуг | Лабораторные работы №№ 2-8 | Собеседование (п.5.1)Защита лабораторных работ №№ 2-8 (п.5.2) | Итоговый тест (п.5.3)Отчеты по лабораторным работам |
| Навыки: | применения специальных и прикладных программных средств, работы в компьютерных сетях | Лабораторные работы №№ 1-8 | Защита лабораторных работ №№ 1-8 (п.5.2) | Отчеты по лабораторным работам |

**4 Описание процедуры оценивания**

Качество сформированности компетенций на данном этапе оценивается по результатам текущих и промежуточной аттестаций количественной оценкой, выраженной в баллах, максимальная сумма баллов по дисциплине равна 100 баллам.

Таблица 4.1 – Распределение баллов по видам учебной деятельности

|  |  |
| --- | --- |
| Вид учебной деятельности | Оценочное средство |
| Собеседование | Защита л/раб.1 | Защита л/раб.2 | Защита л/раб.3 | Защита л/раб.4 | Защита л/раб.5 | Защита л/раб.6 | Защита л/раб.7 | Защита л/раб.8 | Итоговый тест | Итого |
| Лабораторные занятия |  10 | 10 | 10 | 10 | 10 |  | 10 | 10 | 10 |  | 80 |
| Самостоятельная работа |   |  |  |  |  | 10 |  |  |  |  | 10 |
| Промежуточная аттестация |   |  |  |  |  |  |  |  |  | 10 | 10 |
| Итого |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 100 |

Сумма баллов, набранных студентом по всем видам учебной деятельности в рамках дисциплины, переводится в оценку в соответствии с таблицей.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Сумма балловпо дисциплине | Оценка по промежуточной аттестации | Характеристика качества сформированности компетенции |
| от 91 до 100 | «зачтено» / «отлично» | Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций, обнаруживает всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, усвоил основную литературу и знаком с дополнительной литературой, рекомендованной программой, умеет свободно выполнять практические задания, предусмотренные программой, свободно оперирует приобретенными знаниями, умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности. |
| от 76 до 90 | «зачтено» / «хорошо» | Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций: основные знания, умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.  |
| от 61 до 75 | «зачтено» / «удовлетворительно» | Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций: в ходе контрольных мероприятий допускаются значительные ошибки, проявляется отсутствие отдельных знаний, умений, навыков по некоторым дисциплинарным компетенциям, студент испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации. |
| от 41 до 60 | «не зачтено» / «неудовлетворительно» | У студента не сформированы дисциплинарные компетенции, проявляется недостаточность знаний, умений, навыков. |
| от 0 до 40 | «не зачтено» / «неудовлетворительно» | Дисциплинарные компетенции не сформированы. Проявляется полное или практически полное отсутствие знаний, умений, навыков. |

**5 КОМПЛЕКС ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

**5.1 Вопросы для собеседования**

**Тема 1. *Структура курса, основные понятия. Анализ сайтов***

1. Какие виды рекламы используют в СМИ?
2. Что называют скрытой рекламой? Определение
3. Что называют интернет-рекламой? Определение. Преимущества
4. Что называют медийной рекламой? Определение
5. Что называют контекстной рекламой? Определение
6. Что называют поисковой рекламой? Определение
7. Что называют геоконтекстной рекламой? Определение
8. Что называют вирусной рекламой? Определение
9. Что называют несанкционированной рассылкой?
10. Что называют спамом?
11. Что называют индивидуальными письмами?
12. Что называют поисковой оптимизацией (SEO)?

**Тема 2. *Типы сайтов, создание сайтов***

1. Что называют сайтом-визитка?
2. Что называют представительским сайтом
3. Что называют корпоративным сайтом?
4. Что называют каталогом продукции?
5. Интернет-магазин –
6. Что называют промо-сайтом?
7. Что называют сайтом-заглушкой?
8. Какие известны типы сайтов по технологии отображения?
9. Что называют статическими сайтами?
10. Что называют динамическими сайтами?
11. Что называют доменным именем? Приведите примеры
12. Что называют корневыми доменами (нулевого уровня)? Приведите примеры
13. Что называют доменами верхнего (первого) уровня? Приведите примеры.
14. Что называют доменами 2-го уровня? Приведите примеры
15. Что называют доменами3-го уровня? Приведите примеры
16. Что называют регистратором доме́нных имён?
17. Какие домены подлежат регистрации?
18. Каким должен быть адрес для веб-сайта?
19. Каково определение понятия «Хо́стинг» (англ. hosting)?
20. Что называют бесплатным хостингом?
21. Как трактуется посетителями сервера отсутствие у сайта собственного доменного имени?
22. Способствует продвижению имени (брэнда) компании в Интернете совпадение адреса веб-сайта с именем компании?
23. Целесообразно регистрировать несколько доменных имен, соответствующих наиболее вероятному написанию имени компании?

**Тема 3. *Контекстная реклама, поисковая реклама***

1. Что называют контекстной рекламой?
2. Что называют [целевой аудиторией](http://www.webeffector.ru/wiki/%D0%A6%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%B2%D0%B0%D1%8F_%D0%B0%D1%83%D0%B4%D0%B8%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B8%D1%8F)?
3. В чем проявляется эффективность контекстной рекламы?
4. Что называют поисковой рекламой?
5. С какой целью пользователи сайтов разделены на группы по интересам?
6. В чем заключается схема работы контекстной рекламы в интернете?
7. Составляющие рынка контекстной рекламы
8. Что называют Сервисы контекстной рекламы
9. Что называют Рекламные агентства
10. Что называют Рекламные площадки
11. Что является двигателем рынка контекстной рекламы?
12. Может ли одна компания владеть и сервисом контекстной рекламы, и площадкой для показа объявлений, и рекламным агентством? Приведите примеры

**Тема 4. *Посадочная страница. Продающий текст***

1. Перечислите преимущества сервиса Яндекс.Директа
2. Где размещаются контекстные объявления?
3. Что называют динамическими показами контекстного обьявления?
4. Что называют ключевыми словами?
5. Что называют ключевыми фразами7
6. Какие слова целесообразно использовать в ключевых фразах при составлении контекстного объявления?
7. Что называют оператором «-» (минус-слова)?
8. С какой целью составляется расписание показа объявлений?

**Тема 5. *Продвижение товаров и услуг в социальных сетях***

1. Что понимают под релевантностью в информационном поиске?
2. Что называют всплывающими (pop-up) окнами?
3. Что называют электронной доской объявлений?
4. Определить основной показатель эффективности интернет-рекламы (CTR)
5. Какую информацию можно узнать с помощью счетчиков посещений?
6. Что называют индексом цитирования (ИЦ)? Определение
7. Какую информацию несут рекламные площадки?
8. Что называют таргетингом? Определение
9. Какие факторы необходимо учитывать при проведении таргетинговой рекламы?
10. Цель проведения таргетинговой рекламы
11. Что называют целевой группой, целевой аудиторией? Определение

**Тема 6. *Электронная торговля. Создание интернет-магазина***

1. Какие факторы необходимо учитывать при проведении таргетинговой рекламы?
2. Цель проведения таргетинговой рекламы
3. Целевая группа, целевая аудитория. Определение
4. Группы целевой аудитории сайта
5. Контент. Определение
6. Продвижение сайта — это…
7. Факторы, влияющие на позицию сайта
8. Основные внутренние факторы, влияющие на позицию сайта

**Тема 7. *E-mail маркетинг. Создание подписной страницы***.

1. Какие виды таргетинга известны?
2. Что называют тематическим таргетингом?
3. Что называют языковым таргетингом?
4. Что называют таргетингом по интересам (контекстная реклама)?
5. Что называют географическим таргетингом (геотаргетинг)?
6. Что называют локальным таргетингом?
7. Что называют таргетингом по времени показа?
8. Что называют социально-демографическим таргетингом?
9. Что называют поведенческим таргетингом?
10. Что называют геоповеденческим таргетингом?
11. Что называют психологическим таргетингом?
12. Что называют прямым таргетингом?
13. Что называют косвенным таргетингом?

***Тема 8. Мобильная реклама (смс-рассылка)***

1. В чем заключается принцип ключевых слов?
2. Как может выглядеть контекстная реклама для пользователя?
3. Как устроен рынок контекстной рекламы?
4. Инструменты рекламной сети Яндекса. Что называют семейным фильтром?
5. Инструменты рекламной сети Яндекса. Что называют фильтром объявлений конкурентов?
6. Инструменты рекламной сети Яндекса. Для каких целей используют Яндекс.Метрика?
7. Работа с ключевыми словами. Что называют широким соответствием?
8. Работа с ключевыми словами. Что называют фразовым соответствием?
9. Работа с ключевыми словами. Что называют Точным соответствием?
10. Работа с ключевыми словами. Для каких целей используют «минус-слова»?

Вопросы для собеседования используются как средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по определенной теме. Собеседование проводится на лабораторной работе или следующем лекционном занятии.

Критерии оценки

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № | Баллы | Описание |
| 5 | 8–10 | Студент демонстрирует сформированность дисциплинарной компетенции на итоговом уровне, обнаруживает всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, усвоил основную литературу и знаком с дополнительной литературой, рекомендованной программой, умеет свободно выполнять практические задания, предусмотренные программой, свободно оперирует приобретенными знаниями, умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности. |
| 4 | 6–7 | Студент демонстрирует сформированность дисциплинарной компетенции на среднем уровне: основные знания, умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации. |
| 3 | 4–5 | Студент демонстрирует сформированность дисциплинарной компетенции на базовом уровне: в ходе контрольных мероприятий допускаются значительные ошибки, проявляется отсутствие отдельных позиций знаний, умений и навыков дисциплинарной компетенции, студент испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации. |
| 2 | 2–3 | Студент демонстрирует сформированность дисциплинарной компетенции на уровне ниже базового, проявляется недостаточность знаний, умений, навыков. |
| 1 | 0–1 | Дисциплинарная компетенция не формирована. Проявляется полное или практически полное отсутствие знаний, умений, навыков. |

**5.2 Комплект лабораторных заданий**

Методические указания к лабораторным работам расположены на внутреннем диске [\\studdc1](file:///%5C%5Cstuddc1) (Общая папка Studens File Server- папка Teaches – папка Учебные подразделения – ИСМД – кафедра ДЗТ- папка Королева\_Людмила – папка ИТ лабораторные работы)

**Задание к лабораторной работе №1 Анализ сайтов**

1Выбрать одну тематику для анализа сайтов, ориентируясь на нижеприведенный список

2 Найти в сети Интернет 5 сайтов по выбранной тематике и выполнить анализ данных сайтов по критериям, представленным в таблице 1

3 Разработать предложения по созданию собственного сайта для продвижения товаров или услуг

4 Оформить отчет по лабораторной работе 1 в формате MWord

5 Сформулировать выводы по лабораторной работе

**Задание к лабораторной работе №2 Создание рекламного сообщения в Яндекс. Директе**

1 Создать объявления в Яндекс.Директ (5 объявлений в рамках одной тематике) для продвижения товаров и услуг

2 Оформить отчет по лабораторной работе №2 в формате MWord или Power Point. Отчет содержит Print Screen всех этапов регистрации на Яндекс.Директ и создания объявлений

3 Сформулировать выводы по лабораторной работе

**Задание к лабораторной работе №3 Разработка сайта с использованием шаблона**

1 Зарегистрироваться на сайте Ucos.ru

2 Разработать контент для сайта «для себя» по продвижению товаров и услуг

3 Установить счетчик Яндекс.Метрика

4 Оформить отчет по лабораторной работе №3 в формате MWord или Power Point. Отчет содержит Print Screen всех этапов регистрации на Ucos.ru и создания сайта

5Сформулировать выводы по лабораторной работе

**Задание к лабораторной работе №4 Создание посадочной страницы**

1 Создать 5 вариантов посадочных страниц, используя представленные шаблоны в Word и в электронном виде на Umi.ru c целью продвижения товаров и услуг

2 Установить счетчик аналитики Google Analytics на посадочной странице, созданной на Umi.ru

3 Оформить отчет по лабораторной работе №4 в формате MWord или Power Point. Отчет содержит Print Screen всех этапов регистрации на Umi.ru и создания посадочных страниц

4 Сформулировать выводы по лабораторной работе

**Задание к лабораторной работе №5 Продвижение товаров и услуг через социальные сети**

1Создать аккаунты в двух социальных сетях для продвижения товаров и услуг

2 Разработать соответствующий контент для продвижения товаров и услуг

3 Набрать 30 подписчиков в каждой социальной сети

4 Собрать лайки и комментарии под размещенными фотографиями

5 Оформить отчет по лабораторной работе №5 в формате MWord или Power Point. Отчет содержит Print Screen всех этапов регистрации в социальных сетях и создания аккаунтов

6 Сформулировать выводы по лабораторной работе

**Задание к лабораторной работе №6 Создание интернет магазина**

1 Зарегистрироваться на платформе Insales.ru для создания интернет-магазина по выбранной тематике (предметная область социо-культурный сервис)

2 Выбрать шаблон для создания интернет-магазина, изменить оформление главной страницы в соответствии с выбранной тематикой

3 Разработать контент и заполнить все разделы сайта

4 Оформить отчет по лабораторной работе №6 в формате MWord или Power Point. Отчет содержит Print Screen всех этапов регистрации на insales.ru и создания интернет -магазина

4 Сформулировать выводы по лабораторной работе

**Задание к лабораторной работе №7 Разработка подписной страницы**

1 Зарегистрироваться на [www.platformalp.ru](http://www.platformalp.ru) для создания подписной страницы с целлью продвижения товаров и услуг

2 Разработать контент и создать 5 вариантов подписных страниц, используя представленные шаблоны в Word (3) и в электронном виде (2) на [www.platformalp.ru](http://www.platformalp.ru) c целью продвижения товаров и услуг

3 Оформить отчет по лабораторной работе №7 в формате MWord или Power Point. Отчет содержит Print Screen всех этапов регистрации на [www.platformalp.ru](http://www.platformalp.ru) и создания подписных страниц

4 Сформулировать выводы по лабораторной работе

**Задание к лабораторной работе №8 Мобильная реклама**

1 Зарегистрироваться на <http://sms.ru> для создания sms-рассылок (5 вариантов в рамках одной тематики) с целью продвижения товаров и услуг

2 Оформить отчет по лабораторной работе №8 в формате MWord или Power Point. Отчет содержит Print Screen всех этапов регистрации на http://sms.ru и создания первой sms-рассылки. При создании последующих sms-рассылок – PrtScr последней страницы

3 Сформулировать выводы по лабораторной работе

Краткие методические указания

*Задания для выполнения лабораторных работ должны выполняться в строгом соответствии с установленным порядком, изложенным в лабораторном практикуме. Результаты выполнения заданий оформляются в виде отчета установленной формы. Результаты выполнения оцениваются в совокупности, при этом максимальная оценка составляет 20 баллов.*

Шкала оценки

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № | Баллы | Описание |
| 5 | 8-10 | Задания выполнены полностью и абсолютно правильно. |
| 4 | 6-7 | Задания выполнены полностью и правильно, но отчет содержит некоторые неточности и несущественные ошибки. |
| 3 | 4-5 | Задания выполнены не полностью, с существенными ошибками, но подход к выполнению, метод правильны. |
| 2 | 2-3 | Задания выполнены частично, имеют ошибки, осуществлена попытка выполнения на основе правильных методов и идей решения. |
| 1 | 0 | Задание не выполнено. |

**5.3 Примеры вопросов итогового теста**

*1 Установите соответствие между терминами и определениями*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 1 | Временный таргетинг | а | таргетинг с учетом интересов пользователей |
| 2 | Поведенческий таргетинг | б | показ рекламы в соответствии с интересами посетителей рекламной площадки. |
| 3 | Языковой таргетинг | в | таргетинг, настроенный на определенное время |
| 4 | Таргетинг по интересам (контекстная реклама) | г | настройка показов рекламных материалов пользователям, вводящим поисковые запросы на определенном языке. |

Ответы: 1 - ….. 2 - …., 3 - …., 4 - ….

1. *Укажите верное определение термина «Мобильный контент»:*
2. - комплекс мер по повышению позиций сайта
3. - всплывающее окно, открываемое на экране, в результате выполнения любой операции. Наибольшее применение всплывающие окна приобрели для размещения рекламных сообщений в сети Internet.
4. - степень соответствия поисковому запросу
5. - цифровой контент, адресованный владельцам мобильных устройств. Размещается на специальных мобильных сайтах
6. *Установите соответствие между терминами и определениями*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 1 | Программы лояльности | а | вид маркетинговой коммуникации, в основе которого — прямая личная коммуникация с получателем сообщения (потребителем (Business-to-consumer (B2C)) или клиентом среды «бизнес для бизнеса» (Business-to-business, B2B) с целью построения взаимоотношений и получения прибыли. |
| 2 | Дирéкт-маркетинг | б | известность или популярность чего-либо, определяемая публичностью или открытостью информации о чём-либо |
| 3 | Про́дакт пле́йсмент | в | комплекс маркетинговых мероприятий для развития повторных продаж существующим клиентам в будущем, продажи им дополнительных товаров и услуг |
| 4 | Паблисити | г | приём неявной (скрытой) рекламы, заключающийся в том, что реквизит, которым пользуются герои в фильмах, телевизионных передачах, компьютерных играх, музыкальных клипах, книгах, на иллюстрациях и картинах — имеет реальный коммерческий аналог. Обычно демонстрируется сам рекламируемый продукт либо его логотип, или упоминается о его хорошем качестве. |

Ответы: 1 - ….. 2 - …., 3 - …., 4 - ….

*4 Установите соответствие между терминами и определениями:*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 1 | Вирусная реклама | а | запрос к веб-серверу для получения файла |
| 2 | Спам | б | размещение текстово-графических рекламных материалов на контекстных площадках |
| 3 | Хит (или посещаемость) | в | вид рекламных материалов, распространителями которой является сама целевая аудитория, благодаря формированию содержания, способного привлечь за счет яркой, творческой, необычной идеи или с использованием естественного или доверительного послания |
| 4 | Контекстная реклама | г | массовая рассылка рекламных объявлений по электронной почте без согласия получателей. Рассылка спама считается нарушением этикета и правил применения компьютерных сетей |

Ответы: 1 - ….. 2 - …., 3 - …., 4 - ….

*5 Укажите верное определение термина «****Мобильный контент»:***

1. - комплекс мер по повышению позиций сайта
2. - всплывающее окно, открываемое на экране, в результате выполнения любой операции. Наибольшее применение всплывающие окна приобрели для размещения рекламных сообщений в сети Internet.
3. - степень соответствия поисковому запросу
4. - цифровой контент, адресованный владельцам мобильных устройств. Размещается на специальных мобильных сайтах

6 Отметьте верное определение понятия «**Интернет-магазин»**

1. - сайт о конкретной торговой марке или продукте, на таких сайтах размещается исчерпывающая информация о бренде, различных рекламных акциях (конкурсы, викторины, игры и т. п.)
2. - сайт с каталогом продукции, с помощью которого клиент может заказать нужные ему товары. Используются различные системы расчётов: от пересылки товаров наложенным платежом или автоматической пересылки счета по факсу до расчётов с помощью пластиковых карт
3. - подробное описание товаров/услуг, сертификаты, технические и потребительские данные, отзывы экспертов и т. д. На таких сайтах размещается информация о товарах/услугах, которую невозможно поместить в прайс-лист
4. - содержит полную информацию о компании-владельце, услугах/продукции, событиях в жизни компании. Отличается от сайта-визитки и представительского сайта полнотой представленной информации, зачастую содержит различные функциональные инструменты для работы с контентом (поиск и фильтры, календари событий, фотогалереи, корпоративные блоги, форумы).

*Итоговый тест проводится во время промежуточной аттестации с целью проверки полученных теоретических знаний, умений.*

Шкала оценки итогового теста

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № | Баллы | Описание |
| 5 | 8-10 | Количество верных ответов 16-20 |
| 4 | 6-7 | Количество верных ответов 11-15  |
| 3 | 4-5 | Количество верных ответов от 6-10 |
| 2 | 3-2 | Количество верных ответов от 1-5 |
| 1 | 0-1 | Количество верных ответов от 0  |