

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Таскаев Сергей Валерьевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 17.09.2025 09:44:43
Уникальный программный ключ:
04c19ed8bfb98f3b6cb77a486b9a8788b8322323



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет экономики и управления
Кафедра прикладной экономики и маркетинга

Фонд оценочных средств по дисциплине «Цифровой маркетинг» по направлению подготовки
(специальности) 38.03.02 «Менеджмент» направление (профиль) «Маркетинг и логистика в
бизнесе» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 1 из 10

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
для промежуточной аттестации
по дисциплине (модулю)
Цифровой маркетинг

Направление подготовки
38.03.02 Менеджмент

Направленность (профиль)

Маркетинг и логистика в бизнесе

Присваиваемая квалификация (степень)

БАКАЛАВР

Форма обучения
очная, очно-заочная

Челябинск, 2025 г.



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет экономики и управления
Кафедра прикладной экономики и маркетинга

Фонд оценочных средств по дисциплине «Цифровой маркетинг»
по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» направленности (профилю) «Маркетинг и логистика в бизнесе»
ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 2 из 10

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

Содержание

1. Паспорт фонда оценочных средств
2. Перечень формируемых компетенций
 - 2.1. Компетенции, закрепленные за дисциплиной
3. Содержание оценочных средств по дисциплине
 - 3.1. Виды оценочных средств
 - 3.2. Содержание оценочных средств
4. Порядок проведения и критерии оценивания промежуточной аттестации



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет экономики и управления
Кафедра прикладной экономики и маркетинга

Фонд оценочных средств по дисциплине «Цифровой маркетинг» по направлению подготовки (специальности) 38.03.02 «Менеджмент» направление (профиль) «Маркетинг и логистика в бизнесе» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 3 из 10

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Направление подготовки: **38.03.02 Менеджмент**

Направленность (профиль) «Маркетинг и логистика в бизнесе»

Дисциплина: Цифровой маркетинг

Семестр изучения: 6

Форма промежуточной аттестации: зачёт

2. ПЕРЕЧЕНЬ ФОРМИРУЕМЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ

2.1. Компетенции, закреплённые за дисциплиной

Изучение дисциплины «Маркетинговые технологии» направлено на формирование следующих компетенций:

Коды компетенции (по ФГОС ВО)	Содержание компетенций согласно ФГОС (ОПОП ВО)	Индикаторы достижения компетенции согласно ОПОП	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ПК-1. Владеет технологией проведения маркетингового исследования Знать организацию процесса подготовки к проведению маркетингового исследования в рекламных коммуникациях Уметь применять знания для проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга в рекламных коммуникациях Владеть навыками формирования предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации в рекламных коммуникациях		ПК-1.1 Применяет знания для подготовки к проведению маркетингового исследования	Знать организацию процесса подготовки к проведению маркетингового исследования Уметь применять знания для проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга Владеть навыками формирования предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации маркетингового исследования на рынке товаров и услуг



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования

«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)

Факультет экономики и управления

Кафедра прикладной экономики и маркетинга

Фонд оценочных средств по дисциплине «Цифровой маркетинг» по направлению подготовки
(специальности) 38.03.02 «Менеджмент» направление (профиль) «Маркетинг и логистика в
бизнесе» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 4 из 10

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

	<p>ПК-1.2. Применяет знания для проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга</p>	<p>Знать организацию процесса подготовки к проведению маркетингового исследования</p> <p>Уметь применять знания для проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга</p> <p>Владеть навыками формирования предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации маркетингового исследования на рынке товаров и услуг</p>
	<p>ПК-1.3. Владеет навыками формирования предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации</p>	<p>Знать организацию процесса подготовки к проведению маркетингового исследования</p> <p>Уметь применять знания для проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга</p> <p>Владеть навыками формирования предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации маркетингового</p>



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет экономики и управления
Кафедра прикладной экономики и маркетинга

Фонд оценочных средств по дисциплине «Цифровой маркетинг» по направлению подготовки
(специальности) 38.03.02 «Менеджмент» направление (профиль) «Маркетинг и логистика в
бизнесе» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 5 из 10

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

		исследования на рынке товаров и услуг
--	--	--

2.2. Сведения об иных дисциплинах, участвующих в формировании данных компетенций:

ПК-1 формируется в процессе изучения дисциплин как (прохождения практик): Маркетинг, Поведение потребителя, Маркетинговый анализ данных, Маркетинговые исследования, Современные маркетинговые технологии, Маркетинговые коммуникации, Бизнес-аналитика в маркетинге, Организационная культура, Производственная практика (преддипломная практика).

3. СОДЕРЖАНИЕ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

3.1 Виды оценочных средств

п/п	Код компетенции/ планируемые результаты обучения	Контролируемые темы/ разделы	Наименование оценочного средства для	Наименование оценочного средства на
-----	--	---------------------------------	--	---



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет экономики и управления
Кафедра прикладной экономики и маркетинга

Фонд оценочных средств по дисциплине «Цифровой маркетинг» по направлению подготовки
(специальности) 38.03.02 «Менеджмент» направление (профиль) «Маркетинг и логистика в
бизнесе» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 6 из 10

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

			текущего контроля	промежуточн ой аттестации/№ задания
	ПК-1. Владеет технологией проведения маркетингового исследования	Цифровой маркетинг в 21 веке	Контрольные вопросы 1-2	Контрольные вопросы 1-10
	ПК1.1 Применяет знания для подготовки к проведению маркетингового исследования	Особенности интернет-аудитории в РФ. SMM	Контрольные вопросы 1-2	Контрольные вопросы 11-15
	ПК 1.2 Применяет знания для проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	Внутренняя оптимизация сайта: техническая оптимизация, подбор ключевых слов, создание и оптимизация контента Аналитика в SEO, основные KPI	Контрольные вопросы 1-2	Контрольные вопросы 16-25
	ПК 1.3 Владеет навыками формирования предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации	Работа с системами веб-аналитики. Подготовка и настройка медийной рекламной кампании. Замер эффективности Понятие digital-стратегии. Этапы построения стратегии	Контрольные вопросы 3-5	Контрольные вопросы 26-34



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет экономики и управления
Кафедра прикладной экономики и маркетинга

Фонд оценочных средств по дисциплине «Цифровой маркетинг» по направлению подготовки (специальности) 38.03.02 «Менеджмент» направление (профиль) «Маркетинг и логистика в бизнесе» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 7 из 10

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

Типовые задания, критерии и показатели оценивания в рамках текущего контроля представлены в рабочей программе дисциплины (модуля). Полные комплекты оценочных средств и контрольно-измерительных материалов хранятся на кафедре.

3.2 Порядок проведения и содержание оценочных средств для текущей и промежуточной аттестации

3.2.1 Контрольные вопросы для текущей аттестации

1. История развития сети Интернет.
2. Концепция построения сети Интернет.
3. Сервисы сети Интернет.
4. Технологии Интернета в маркетинге.
5. Маркетинговые исследования в сети Интернет.

3.2.2 Контрольные вопросы для промежуточной аттестации

1. История развития сети Интернет.
2. Концепция построения сети Интернет.
3. Сервисы сети Интернет.
4. Технологии Интернета в маркетинге.
5. Маркетинговые исследования в сети Интернет.
6. Разработка стратегии продвижения в сети Интернет.
7. E-mail маркетинг. Технология осуществления рассылки. Результат автоматизированных серий писем.
8. Стратегия сегментации в E-mail маркетинге. Экономическая эффективность массовых рассылок
9. Тенденции современного E-mail маркетинга.
10. Модели поведения посетителей сайтов
11. Лидогенерация как бизнес-процесс. Преимущества, основные понятия.
12. Методы лидогенерации. Факторы успеха лидогенерации.
13. Технология работы с платежными системами Webmoney, PayCash (Работа в Интернет с электронным кошельком: получение на



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет экономики и управления
Кафедра прикладной экономики и маркетинга

Фонд оценочных средств по дисциплине «Цифровой маркетинг» по направлению подготовки
(специальности) 38.03.02 «Менеджмент» направление (профиль) «Маркетинг и логистика в
бизнесе» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр 8 из 10

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

- кошелек, расчеты с помощью кошелька).
- 14.Лэндинг. Методы и факторы успеха.
 - 15.Электронная коммерция бизнес-клиент (B2C).
 - 16.Электронная коммерция бизнес-бизнес (B2B). Преимущества и недостатки.
 - 17.Понятие электронного бизнеса. Преимущества электронного бизнеса.
 - 18.Создание и регистрация сайта.
 - 19.Разработка SEO friendly сайта.
 - 20.Виды интернет-рекламы.
 - 21.Сервисы контекстной рекламы. Анализ эффективности контекстной рекламы.
 - 22.Медиапланирование в Интернет. Критерии выбора рекламных рекламной кампании.
 - 23.Оценка эффективности рекламной кампании.
 - 24.SMM. Методы и стратегии.
 - 25.Сравнительная характеристика социальных сетей в Рунете. Особенности продвижения в социальных сетях.
 - 26.PR в интернет.
 - 27.Модели электронного бизнеса и их характеристика.
 - 28.SEO. Алгоритм работы поисковой системы. Основные понятия.
 - 29.Внутренняя оптимизация сайта.
 - 30.Особенности выбора и типы целевых аудиторий в Интернете.
 - 31.Конкурс как инструмент лидогенерации.
 - 32.Медийная и контекстная реклама. Сущность, цели, применение.
 - 33.Виды и юзабилити мобильных приложений
 - 34.Понятия сплит- и мультивариантного тестирований, сегментирования и когортного анализа.

4. ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ.



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет экономики и управления
Кафедра прикладной экономики и маркетинга

Фонд оценочных средств по дисциплине «Цифровой маркетинг» по направлению подготовки (специальности) 38.03.02 «Менеджмент» направление (профиль) «Маркетинг и логистика в бизнесе» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 9 из 10

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

Ответ на задание не содержит примеров, либо примеры неверны - 0 б.

"Не зачтено": Набранная сумма баллов (мах – 6) < 3 "Зачтено":

Набранная сумма баллов (мах – 6) >= 3 Требования (критериальные показатели) к уровням освоения программы

«Зачтено» – студент владеет содержанием учебного материала; умеет связывать теорию с практикой, решает задачи, теоретические выводы подтверждает примерами, фактами, данными научных исследований; осуществляет межпредметные связи, предложения. Делает выводы логично, четко. Ясно и кратко излагает ответы на поставленные вопросы; умеет обосновывать свои суждения и профессионально-личностную позицию по излагаемому вопросу. Ответ носит самостоятельный характер.

«Не зачтено» – студент имеет разрозненные, бессистемные знания: не умеет выделять главное и второстепенное; допускает ошибки в определении понятий, формулировке теоретических положений, искажает их смысл; не ориентируется в нормативно-концептуальных, программно-методических, исследовательских материалах, беспорядочно и неуверенно излагает материал; не умеет соединять теоретические положения с практикой; не умеет применять знания для обоснования и объяснения фактов, не устанавливает межпредметные связи.

При необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на зачете.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом;
- в форме электронного документа;
- в форме аудиофайла;
- в печатной форме на языке Брайля.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме;
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет экономики и управления
Кафедра прикладной экономики и маркетинга

Фонд оценочных средств по дисциплине «Цифровой маркетинг» по направлению подготовки
(специальности) 38.03.02 «Менеджмент» направление (профиль) «Маркетинг и логистика в
бизнесе» ФГБОУ ВО «ЧелГУ»

Версия документа - 1

стр. 9 из 10

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

- в печатной форме,
- в форме электронного документа,
- в форме аудиофайла.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине обеспечивается выполнение следующих дополнительных требований в зависимости от индивидуальных особенностей обучающихся:

- а) инструкция по порядку проведения процедуры оценивания предоставляется в доступной форме (устно, в письменной форме, в письменной форме на языке Брайля, устно с использованием услуг сурдопереводчика);
- б) доступная форма предоставления заданий оценочных средств (в печатной форме, в печатной форме увеличенным шрифтом, в печатной форме шрифтом Брайля, в форме электронного документа, задания зачитываются ассистентом, задания предоставляются с использованием сурдоперевода);
- в) доступная форма предоставления ответов на задания (письменно на бумаге, набор ответов на компьютере, письменно на языке Брайля, с использованием услуг ассистента, устно).

При необходимости для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов процедура оценивания результатов обучения по дисциплине может проводиться в несколько этапов.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья допускается с использованием дистанционных технологий.

