

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

Интернет маркетинг

Направление подготовки
09.03.03 Прикладная информатика
(код и наименование направления подготовки)

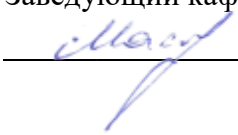
Направленность (профиль)
Корпоративные информационные системы

Квалификация выпускника
Бакалавр

Кафедра: Гуманитарных, естественно-научных и математических дисциплин

Разработчики программы:
Маскайкина Елена Владимировна

Программа обсуждена на заседании кафедры Гуманитарных, естественно-научных и
математических дисциплин
протокол № 8 от 12.04.2023

Заведующий кафедрой Гуманитарных, естественно-научных и математических дисциплин
 Маскайкин Е. П.

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	3
1.1 Планируемые результаты обучения по дисциплине	3
1.2 Результаты освоения образовательной программы	3
2. ПОКАЗАТЕЛИ УРОВНЕЙ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ НА ЭТАПАХ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ	4
3. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА И КРИТЕРИИ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ	7
3.1 Контрольные вопросы для подготовки к экзамену (зачету) при проведении промежуточной аттестации по дисциплине	7
3.2 Курсовая работа/курсовой проект	8
3.3 Типовые контрольные задания или иные материалы при проведении текущего контроля по дисциплине	8

1. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Оценочные средства (ОС) рабочей программы дисциплины Интернет маркетинг предназначены для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся (в т.ч. по самостоятельной работе обучающихся, далее – СРО), освоивших программу данной дисциплины.

Целью оценочных средств является установление соответствия уровня подготовки обучающихся требованиям ФГОС ВО по направлению подготовки 09.03.03 Прикладная информатика профиль: Корпоративные информационные системы.

1.1 Планируемые результаты обучения по дисциплине

Изучение дисциплины Интернет маркетинг направлено на формирование следующих компетенций:

профессиональных компетенций и индикаторов их достижения:

Категория (группа) ПК	Код и наименование универсальной компетенции
Проектные	ПК-4 Способность проводить обследование организаций, выявлять информационные потребности пользователей, формировать требования к информационной системе.

1.2. Результаты освоения образовательной программы:

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- 1.основные технологии маркетинговых коммуникаций, в том числе диджитал-технологии; технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций.
- 2.основные средства и инструменты продвижения и продаж в Интернете.
- 3.инструменты лидогенерации.
- 4.инструменты SEO – оптимизации, аналитики данных и повышения конверсии.

Уметь:

- 1.применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства при разработке и реализации коммуникационного продукта.
- 2.делать выбор среди современных инструментов интернет-маркетинга для реализации кратко-, средне- и долгосрочных маркетинговых задач организации.
- 3.настраивать различные системы интернет-рекламы и веб-аналитики.

Владеть (навыки и/или опыт деятельности):

- 1.приемами и методами онлайн и офлайн коммуникаций, навыками использования в профессиональной деятельности диджитал-технологий и инструментов диджитал-маркетинга.
- 2.методами анализа эффективности результатов деятельности компании в Интернете.

2. ПОКАЗАТЕЛИ УРОВНЕЙ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ НА ЭТАПАХ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ

Результатом освоения дисциплины Интернет маркетинг является установление одного из уровней сформированности компетенций: высокий, повышенный, базовый, низкий.

Показатели уровней сформированности компетенций

Уровень	Универсальные компетенции	Общепрофессиональные / профессиональные компетенции
Высокий (количество баллов за освоение компетенции 8-9)	Сформированы четкие системные знания и представления по дисциплине. Ответы на вопросы оценочных средств полные и верные. Даны развернутые ответы на дополнительные вопросы. Обучающимся продемонстрирован высокий уровень освоения компетенции.	Обучающимся усвоена взаимосвязь основных понятий дисциплины, в том числе для решения профессиональных задач. Ответы на вопросы оценочных средств самостоятельны, исчерпывающие, содержание вопроса/задания оценочного средства раскрыто полно, профессионально, грамотно. Даны ответы на дополнительные вопросы. Обучающимся продемонстрирован высокий уровень освоения компетенции.
Повышенный (количество баллов за освоение компетенции 5-7)	Знания и представления по дисциплине сформированы на повышенном уровне. В ответах на вопросы/задания оценочных средств изложено понимание вопроса, дано достаточно подробное описание ответа, приведены и раскрыты в тезисной форме основные понятия. Ответ отражает полное знание материала, а также наличие, с незначительными пробелами, умений и навыков по изучаемой дисциплине. Допустимы единичные негрубые ошибки. Обучающимся продемонстрирован повышенный уровень освоения компетенции.	Сформированы в целом системные знания и представления по дисциплине. Ответы на вопросы оценочных средств полные, грамотные. Пр продемонстрирован повышенный уровень владения практическими умениями и навыками. Допустимы единичные негрубые ошибки по ходу ответа, в применении умений и навыков.
Базовый (количество баллов за освоение компетенции 3-4)	Ответ отражает теоретические знания основного материала дисциплины в объеме, необходимом для дальнейшего освоения ОПОП. Обучающийся допускает неточности в ответе, но обладает необходимыми знаниями для их устранения. Обучающимся продемонстрирован базовый уровень освоения компетенции.	Обучающийся владеет знаниями основного материала на базовом уровне. Ответы на вопросы оценочных средств неполные, допущены существенные ошибки. Пр продемонстрирован базовый уровень владения практическими умениями и навыками, соответствующий минимально необходимому уровню для решения профессиональных задач.

Низкий (количество баллов за освоение компетенции менее 3)	Демонстрирует полное отсутствие теоретических знаний материала дисциплины, отсутствие практических умений и навыков.	Демонстрирует полное отсутствие теоретических знаний материала дисциплины, отсутствие практических умений и навыков.
--	--	--

Шкала оценки для проведения промежуточной аттестации по дисциплине

№	Оценка за ответ	Характеристика ответа
1	Отлично	– полно раскрыто содержание материала; – материал изложен грамотно, в определенной логической последовательности; – продемонстрировано системное и глубокое знание программного материала; – точно используется терминология; – показано умение иллюстрировать теоретические положения конкретными примерами, применять их в новой ситуации; – продемонстрировано усвоение ранее изученных сопутствующих вопросов, сформированность и устойчивость компетенций, умений и навыков; – ответ прозвучал самостоятельно, без наводящих вопросов; – продемонстрирована способность творчески применять знание теории к решению профессиональных задач; – продемонстрировано знание современной учебной и научной литературы; – допущены одна – две неточности при освещении второстепенных вопросов, которые исправляются по замечанию. - количество баллов за освоение компетенций от 8 до 9
2	Хорошо	– вопросы излагаются систематизировано и последовательно; – продемонстрировано умение анализировать материал, однако не все выводы носят аргументированный и доказательный характер; – продемонстрировано усвоение основной литературы. – ответ удовлетворяет в основном требованиям на оценку «отлично», но при этом имеет один из недостатков: в изложении допущены небольшие пробелы, не исказившие содержание ответа; допущены один – два недочета при освещении основного содержания ответа, исправленные по замечанию преподавателя; допущены ошибка или более двух недочетов при освещении второстепенных вопросов, которые легко исправляются по замечанию преподавателя. - количество баллов за освоение компетенций от 5 до 7
3	Удовлетворительно	– неполно или непоследовательно раскрыто содержание материала, но показано общее понимание вопроса и продемонстрированы умения, достаточные для дальнейшего усвоения материала; – усвоены основные категории по рассматриваемому и дополнительным вопросам; – имелись затруднения или допущены ошибки в определении понятий, использовании терминологии, исправленные после нескольких наводящих вопросов; – при неполном знании теоретического материала выявлена недостаточная сформированность компетенций, умений и навыков, студент не может применить теорию в новой ситуации; – продемонстрировано усвоение основной литературы. - количество баллов за освоение компетенций от 3 до 4

4	Неудовлетворительно	– не раскрыто основное содержание учебного материала; – обнаружено незнание или непонимание большей или наиболее важной части учебного материала; – допущены ошибки в определении понятий, при использовании терминологии, которые не исправлены после нескольких наводящих вопросов - не сформированы компетенции, умения и навыки, количество баллов за освоение компетенций менее 3. - отказ от ответа или отсутствие ответа.
---	---------------------	--

Критерии формирования оценок по заданиям закрытого типа (тестам) и заданиям открытого типа, требующих развернутого ответа

Оценка за ответ	Требования к знаниям
Отлично	80%-100%
Хорошо	65-80%
Удовлетворительно	50-65%
Неудовлетворительно	менее 50%

3. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА И КРИТЕРИИ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ

3.1 Контрольные вопросы для подготовки к зачету, экзамену при проведении промежуточной аттестации по дисциплине

1. Понятийный аппарат цифрового маркетинга.
2. Содержание цифрового маркетинга и его отличия от интернет-маркетинга.
3. Основные направления, каналы и технологии цифрового маркетинга, структура экосистемы российского цифрового маркетинга.
4. Особенности формирования комплекса диджитал-продвижения для предприятий разной специализации.
5. Принципы контекстной рекламы.
6. Ценообразование в контекстной рекламе.
7. Структура рекламного аккаунта.
8. Анализ эффективности рекламной кампании.
9. Последовательность создания рекламной кампании в Яндекс.Директ и Google AdWords.
10. Таргетированная реклама, принципы и виды таргетинга, логическое «и» и логическое «или».
11. Реклама в социальной сети «ВКонтакте», основные отличия.
12. Реклама в Facebook и Instagram, основные отличия.
13. Управление рекламой в Mytarget.
14. Каналы и особенности медийной рекламы: реклама на ТВ; реклама на радио; реклама в прессе (в печатной продукции); реклама в Интернете; наружная реклама; внутренняя реклама; реклама на транспорте.
15. Определение SEO, задачи.
16. Основные элементы поиска: поисковый робот, индексное хранилище и поисковый механизм.
17. Текстовая оптимизация, семантическое ядро и поисковые запросы.
18. Снippet и его элементы, принципы написания мега тегов.
19. Технический аудит сайта, файл robots.txt, sitemap, склейка зеркал.
20. Понятие и составляющие веб-аналитики.
21. Интерфейсы и принципы работы Google Analytics и Яндекс Метрики.
22. Коллтрекинг.
23. Мониторинг социальных сетей.
24. А/В тестирование.
25. Большие данные и их основные характеристики (объем, скорость, многообразие, достоверность данных, ценность накопленной информации).
26. Источники больших данных,
27. Обработка и хранение больших данных в маркетинге.
28. Программные решения для работы с большими данными.
29. Задачи бизнеса в интернете
30. Методы и инструменты анализа и сегментации целевой аудитории.
31. Инструменты работы с целевой аудиторией по группам «Клиенты», «Целевые посетители», «Узнаваемость бренда», «Информирование целевой аудитории»: имиджевая рекламная кампания в Сети; баннерная реклама; SMO; SMM; Игры; «Вирусы».
32. Традиционные методы анализа конкурентов: прямые и косвенные методы исследования конкурентов, модель 5-сил М.Портера, Модель 4Р (продукт, цена, продвижение на рынке, каналы сбыта) и др.
33. ABC-анализ конкурентов.
34. SEO-анализ конкурентов в коммерческих тематиках: контент, структура, ключевые слова, показатели, обратные ссылки.
35. Параметры оценки юзабилити сайта: простота использования, легкость запоминания, удовлетворенность пользователей качеством сайта, эффективность использования контента сайта, риск совершения ошибочного действия при использовании сайта.
36. Задачи проведения анализ юзабилити сайта.
37. Этапы анализа юзабилити сайта.
38. Социальные медиа как новая среда общения.
39. Задачи и функции маркетинга в социальных медиа.
40. Инструменты маркетинга в социальных медиа.
41. Управление маркетингом в социальных медиа.
42. SMART-маркетинг.

Критерии оценки изложены в шкале оценки для проведения промежуточной аттестации по дисциплине в разделе 2 ФОС.

Форма билета для проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Уральский социально-экономический институт (филиал) Образовательного учреждения профсоюзов высшего образования "Академия труда и социальных отношений" <i>Социально-экономический факультет</i> <i>Прикладная информатика</i> <i>профиль Корпоративные информационные системы</i> <i>Для всех форм обучения</i> <i>Дисциплина Интернет маркетинг</i> Билет № 1 1. Понятийный аппарат цифрового маркетинга. 2. Интерфейсы и принципы работы Google Analytics и Яндекс Метрики. Утверждено на заседании кафедры, протокол от _____ № _____ Зав. кафедрой _____
--

Критерии оценки изложены в шкале оценки для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (раздел 2 ФОС).

3.2 Курсовая работа / курсовой проект

Курсовая работа (курсовой проект) по учебному плану не предусмотрена.

3.3 Типовые контрольные задания или иные материалы при проведении текущего контроля по дисциплине

Проверка сформированности компетенций

Пояснение:

Вид задания "Открытое" предполагает развернутый ответ студента.

Вид задания "Закрытое" (тест) предполагает выбор правильного варианта ответа из предложенных.

Компетенция	ПК-4 Способность проводить обследование организаций, выявлять информационные потребности пользователей, формировать требования к информационной системе.
Вид задания	Закрытое
Подвид задания	Выбор одного правильного ответа
Вопрос	Как расшифровывается аббревиатура PPC, обозначающая тип рекламы? (1) Parish Pastoral Council (2) Pay Per Click (3) Public Policy Center
Ключ	2

Компетенция	ПК-4 Способность проводить обследование организаций, выявлять информационные потребности пользователей, формировать требования к информационной системе.
Вид задания	Закрытое
Подвид задания	Выбор одного правильного ответа

Вопрос	Как расшифровывается аббревиатура SEO, часто используемая в интернет-маркетинге? (1) Search Engine Optimization (2) Special Equipment Option (3) Software Engineering Organization
Ключ	1

Компетенция	ПК-4 Способность проводить обследование организаций, выявлять информационные потребности пользователей, формировать требования к информационной системе.
Вид задания	Закрытое
Подвид задания	Выбор одного правильного ответа
Вопрос	Какой главный параметр лёг в основу оценки веса страницы в технологии Page Rank? (1) количество посетителей страницы (2) количество и качество внешних ссылок на веб-страничку (3) количество рекламы на сайте
Ключ	2

Компетенция	ПК-4 Способность проводить обследование организаций, выявлять информационные потребности пользователей, формировать требования к информационной системе.
Вид задания	Закрытое
Подвид задания	Выбор одного правильного ответа
Вопрос	К сервисам рассылки рекламных сообщений по базе данных электронных адресов следует отнести ресурсы (1) Subscribe.Ru (2) Rambler (3) YouTube
Ключ	1

Компетенция	ПК-4 Способность проводить обследование организаций, выявлять информационные потребности пользователей, формировать требования к информационной системе.
Вид задания	Закрытое
Подвид задания	Выбор одного правильного ответа
Вопрос	Какая стратегия является оптимальной в случае онлайн-продажи массовых низко маржинальных товаров? (1) Стимулировать скорейший персональный контакт посетителей с продавцом (2) Средства сайта должны максимально быстро выводить посетителя на чат с экспертом или продавцом (3) Целесообразно чтобы покупатель обратился к продавцу только на финальной стадии
Ключ	3

Компетенция	ПК-4 Способность проводить обследование организаций, выявлять информационные потребности пользователей, формировать требования к информационной системе.
Вид задания	Закрытое
Подвид задания	Выбор одного правильного ответа
Вопрос	Якорный текст (anchor text) – это (1) текст, по которому одна web-страница ссылается на другую (2) якорный текст – это текст заголовка web страницы

Ключ	1
------	---

Компетенция	ПК-4 Способность проводить обследование организаций, выявлять информационные потребности пользователей, формировать требования к информационной системе.
Вид задания	Открытое
Подвид задания	Задание с развернутым ответом
Вопрос	К какому типу рекламной кампании относится реклама бренда или торговой марки?
Ключ	имиджевая реклама

Компетенция	ПК-4 Способность проводить обследование организаций, выявлять информационные потребности пользователей, формировать требования к информационной системе.
Вид задания	Открытое
Подвид задания	Задание с развернутым ответом
Вопрос	Генерация лидов - это...
Ключ	это привлечение клиента, заинтересованного в товаре или услуге

Компетенция	ПК-4 Способность проводить обследование организаций, выявлять информационные потребности пользователей, формировать требования к информационной системе.
Вид задания	Закрытое
Подвид задания	Выбор одного правильного ответа
Вопрос	Укажите верное высказывание в отношении баннерной рекламы (1) Баннерная реклама (Banner Ads)—это графическое изображение, являющееся гиперссылкой на сайт рекламодателя (2) Баннерная реклама состоит из набора рекламных объявлений, сгруппированных по тематическим категориям (3) Баннерная реклама гарантирует, что URL рекламодателя будет индексирован поисковой машиной
Ключ	1

Компетенция	ПК-4 Способность проводить обследование организаций, выявлять информационные потребности пользователей, формировать требования к информационной системе.
Вид задания	Открытое
Подвид задания	Задание на дополнение
Вопрос	Вид хостинга, при котором каждый аккаунт делит серверные ресурсы, доступную ширину канала и вспомогательные службы с другими участниками называется _____.
Ключ	разделяемый веб-хостинг

Компетенция	ПК-4 Способность проводить обследование организаций, выявлять информационные потребности пользователей, формировать требования к информационной системе.
Вид задания	Открытое
Подвид задания	Задание с развернутым ответом
Вопрос	К какому типу медиа относится блог компании?
Ключ	собственные медиа

Компетенция	ПК-4 Способность проводить обследование организаций, выявлять информационные потребности пользователей, формировать требования к информационной системе.
Вид задания	Закрытое

Подвид задания	Выбор одного правильного ответа
Вопрос	Классифайд (Classified) — это (1) рубричная реклама, состоящая из набора рекламных объявлений, сгруппированных по тематическим категориям (2) обеспечение материальной или информационной поддержки в обмен на рекламу (3) вид рекламы, которая содержит анимированные, звуковые и видео элементы (4) реклама, построенная на технологии интернет и служит для предоставления части информации и приложений партнерам компании
Ключ	1

Компетенция	ПК-4 Способность проводить обследование организаций, выявлять информационные потребности пользователей, формировать требования к информационной системе.
Вид задания	Закрытое
Подвид задания	Выбор одного правильного ответа
Вопрос	Выберите верное утверждение в отношении ссылок на главную страницу сайта. (1) ссылки могут быть только с внешних сайтов (2) ссылки могут быть только с карты сайта (3) ссылки могут быть как с внутренних страниц, так и с внешних страниц на главную страницу сайта
Ключ	3

Компетенция	ПК-4 Способность проводить обследование организаций, выявлять информационные потребности пользователей, формировать требования к информационной системе.
Вид задания	Закрытое
Подвид задания	Выбор одного правильного ответа
Вопрос	СРМ – это рекламная модель, в которой цена устанавливается за... (1) тысячу просмотров (2) за миллион просмотров (3) за сотню просмотров
Ключ	1

Компетенция	ПК-4 Способность проводить обследование организаций, выявлять информационные потребности пользователей, формировать требования к информационной системе.
Вид задания	Закрытое
Подвид задания	Выбор одного правильного ответа
Вопрос	Максимальный контроль доступен за (1) собственные медиа (2) платные медиа (3) заработанные медиа
Ключ	1

Компетенция	ПК-4 Способность проводить обследование организаций, выявлять информационные потребности пользователей, формировать требования к информационной системе.
Вид задания	Закрытое
Подвид задания	Выбор одного правильного ответа

Вопрос	Какой ресурс можно отнести к сервисам веб-аналитики? (1) Google Analytics (2) Google AdWords (3) Google Adsense
Ключ	1

Компетенция	ПК-4 Способность проводить обследование организаций, выявлять информационные потребности пользователей, формировать требования к информационной системе.
Вид задания	Закрытое
Подвид задания	Выбор одного правильного ответа
Вопрос	К какому типу медиа относятся сайты, которые ведут фанаты вашего бренда? (1) собственные медиа (2) платные медиа (3) заработанные медиа
Ключ	3

Компетенция	ПК-4 Способность проводить обследование организаций, выявлять информационные потребности пользователей, формировать требования к информационной системе.
Вид задания	Закрытое
Подвид задания	Выбор одного правильного ответа
Вопрос	Поисковая машина позволяет пользователю найти следующие Web-документы: (1) Могут быть найдены все документы, размещенные на данный момент в Web (2) Могут быть найдены только те документы, которые проиндексированы поисковой машиной
Ключ	1

Компетенция	ПК-4 Способность проводить обследование организаций, выявлять информационные потребности пользователей, формировать требования к информационной системе.
Вид задания	Закрытое
Подвид задания	Выбор одного правильного ответа
Вопрос	Какие методы оптимизации относятся к нелегальным? (1) SEO (2) SMO (3) Doorways
Ключ	3

Компетенция	ПК-4 Способность проводить обследование организаций, выявлять информационные потребности пользователей, формировать требования к информационной системе.
Вид задания	Открытое
Подвид задания	Задание с развернутым ответом
Вопрос	Как называется реклама, основанная на технологиях, которые позволяют выявить заинтересованность посетителя, исходя из предыдущих поисковых запросов посетителя, статистики переходов по ссылкам и рекламным сообщениям?
Ключ	поведенческая реклама

Компетенция	ПК-4 Способность проводить обследование организаций, выявлять информационные потребности пользователей, формировать требования к информационной системе.
Вид задания	Закрытое
Подвид задания	Выбор одного правильного ответа
Вопрос	Конверсия рекламного материала это (1) отношение числа людей перешедших по рекламной ссылке к числу видевших рекламу (2) отношение числа перешедших по ссылке к числу посетивших рекламную страницу (3) отношение числа людей, совершивших целевое действие к числу качественных посетителей
Ключ	1

Компетенция	ПК-4 Способность проводить обследование организаций, выявлять информационные потребности пользователей, формировать требования к информационной системе.
Вид задания	Закрытое
Подвид задания	Выбор одного правильного ответа
Вопрос	Конверсия качественных посетителей (1) это отношение числа людей, совершивших целевое действие к числу качественных посетителей (2) отношение числа людей посетивших рекламную страницу к числу качественных посетителей (3) отношение числа людей перешедших по рекламной ссылке к к числу качественных посетителей
Ключ	1

Компетенция	ПК-4 Способность проводить обследование организаций, выявлять информационные потребности пользователей, формировать требования к информационной системе.
Вид задания	Закрытое
Подвид задания	Выбор одного правильного ответа
Вопрос	Как расшифровывается аббревиатура CMS, обозначающая платформу для создания сайтов? (1) Course Management System (2) Content Management System (3) Central Management Services (4) Comparative Media Studies
Ключ	2

Компетенция	ПК-4 Способность проводить обследование организаций, выявлять информационные потребности пользователей, формировать требования к информационной системе.
Вид задания	Закрытое
Подвид задания	Выбор одного правильного ответа
Вопрос	Внутренняя оптимизация (on-page SEO) заключается в (1) повышении удобства индексации страницы для роботов поисковых машин (2) повышении количества ссылок из социальных сетей (3) повышении количества ссылок с авторитетных сайтов
Ключ	1

Компетенция	ПК-4 Способность проводить обследование организаций, выявлять информационные потребности пользователей, формировать требования к информационной системе.
Вид задания	Закрытое
Подвид задания	Выбор одного правильного ответа
Вопрос	В случае онлайн-продажи предметов роскоши, высоко маржинальных товаров стратегия сайта предполагает следующее (1) стимулировать скорейший персональный контакт посетителей с продавцом (2) Весь процесс привлечения, информирования, убеждения покупателя, оплаты и получения товара следует организовать без персонального контакта с продавцом
Ключ	1

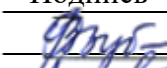
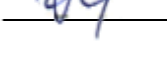
Компетенция	ПК-4 Способность проводить обследование организаций, выявлять информационные потребности пользователей, формировать требования к информационной системе.
Вид задания	Открытое
Подвид задания	Задание с развернутым ответом
Вопрос	Лендинг страница (landing page) или целевая страница– это...
Ключ	Веб-страница, содержащая информацию об услуге или товаре, переход на которую осуществляется по ссылке из рекламного объявления

Компетенция	ПК-4 Способность проводить обследование организаций, выявлять информационные потребности пользователей, формировать требования к информационной системе.
Вид задания	Открытое
Подвид задания	Задание с развернутым ответом
Вопрос	Что такое семантическое ядро сайта?
Ключ	совокупность ключевых слов и фраз, которые характеризуют профиль данного сайта

Критерии формирования оценок по заданиям закрытого типа (тестам) и заданиям открытого типа, требующих развернутого ответа

Оценка за ответ	Требования к знаниям
Отлично	80%-100%
Хорошо	65-80%
Удовлетворительно	50-65%
Неудовлетворительно	менее 50%

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ

№	Подразделение	ФИО	Подпись	Дата
1	Кафедра экономики	О.В. Зубкова		25.04.2023
2	Кафедра МиУП	Е.В. Маскайкина		25.04.2023
3	Кафедра ГЕМД	Е.П. Маскайкин		25.04.2023
4	Учеб. метод. отдел	М.О. Дерябичева		25.04.2023
5	Библиотека	Г.В. Шпакова		25.04.2023