

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Прохоров Сергей Геннадьевич

Должность: Председатель УМК

Дата подписания: 05.09.2024 10:49:22

Уникальный идентификатор документа:

b1cb3ce3b5a8850f02c3b2579bc694893e7a6284

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Казанский национальный исследовательский

технический университет им. А.Н. Туполева-КАИ»

Чистопольский филиал «Восток»

(наименование института (факультета, филиала))

Кафедра естественнонаучных дисциплин

(наименование кафедры разработчика)

УТВЕРЖДЕНО:

Ученым советом КНИТУ-КАИ

(в составе ОП ВО)

КОМПЛЕКТ ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ

по дисциплине (модулю)

Б1.В.ДВ.01.01 Интернет-инструменты продвижения инновационного проекта

(индекс дисциплины по учебному плану, наименование дисциплины)

Комплект оценочных материалов по дисциплине (модулю) разработан для обучающихся всех форм обучения по направлению подготовки (специальности):

Код и наименование направления подготовки (специальности)	Направленность (профиль, специализация, магистерская программа)
27.04.05 Инноватика	Цифровое производство

Разработчик(и):

Парфенова Елена Леонидовна, к.ф.-м.н.

Комплект оценочных материалов по дисциплине (модулю) рассмотрен на заседании кафедры ЕНД, протокол № 6 от 18.03.2022г.

Заведующий кафедрой ЕНД

Парфенова Е.Л., к.ф.-м.н.

1 ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Текущий контроль успеваемости обеспечивает оценивание хода освоения дисциплины (модуля).

Промежуточная аттестация предназначена для оценки достижения запланированных результатов обучения по завершению изучения дисциплины (модуля) и позволяет оценить уровень и качество ее освоения обучающимися.

Комплект оценочных материалов представляет собой совокупность оценочных средств (комплекс заданий различного типа с ключами правильных ответов, включая критерии оценки), используемых при проведении оценочных процедур (текущего контроля, промежуточной аттестации) с целью оценивания достижения обучающимися результатов обучения по дисциплине (модулю).

1.1 Оценочные средства и балльные оценки для контрольных мероприятий

Таблица 1.1 Объем дисциплины (модуля) для очной формы обучения

Семестр	Общая трудоемкость дисциплины (модуля), в ЗЕ/час	Виды учебной работы											
		<i>Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий (аудиторная работа), в т.ч.:</i>							<i>Самостоятельная работа обучающегося (внеаудиторная работа), в т.ч.:</i>				
		Лекции	Лабораторные работы	Практические занятия	Курсовая работа (консультация, защита)	Курсовой проект (консультация, защита)	Консультации перед экзаменом	Контактная работа на промежуточной аттестации	Курсовая работа (подготовка)	Курсовой проект (подготовка)	Проработка учебного материала (самоподготовка)	Подготовка к промежуточной аттестации	Форма промежуточной аттестации
2	4 ЗЕ/144	16	-	16	-	-	-	0,35	-	-	76	35,65	экзамен
Итого	4 ЗЕ/144	16	-	16	-	-	-	0,35	-	-	76	35,65	

Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) осуществляется в соответствии с балльно-рейтинговой системой по 100-балльной шкале. Балльные оценки для контрольных

мероприятий представлены в таблице 1.2. Пересчет суммы баллов в традиционную оценку представлен в таблице 1.3.

Таблица 1.2 Балльные оценки для контрольных мероприятий

Наименование контрольного мероприятия	Максимальный балл на первую аттестацию	Максимальный балл за вторую аттестацию	Максимальный балл за третью аттестацию	Всего за семестр
2 семестр				
Тестирование			10	10
Выполнение индивидуальных задач по практике	15	15	10	40
Итого (максимум за период)	15	15	20	50
Экзамен				50
Итого				100

Таблица 1.3 Шкала оценки на промежуточной аттестации

Выражение в баллах	Словесное выражение при форме промежуточной аттестации - зачет	Словесное выражение при форме промежуточной аттестации - экзамен
от 86 до 100	Зачтено	Отлично
от 71 до 85	Зачтено	Хорошо
от 51 до 70	Зачтено	Удовлетворительно
до 51	Не зачтено	Не удовлетворительно

Форма и организация промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины – экзамен, проводится два этапа: тестирование и устные ответы на экзаменационные вопросы.

2 Оценочные средства для проведения текущего контроля

2.1 Тестовые вопросы

Тестовые вопросы содержат следующие типы вопросов с соответствующим количеством баллов за правильный ответ:

Тип вопроса	Количество баллов за правильный ответ
запрос выбора вариантов ответа	1
запрос нескольких ответов	1 -при выборе всех правильных 0,5 – за 2 правильных из 3 0,25 – за 1 правильный из 3 0,5 – за 1 правильный из 2
запрос ввода пропущенного текста	1

1. Какие из этих методов ориентированы на улучшение индексации страниц сайта?

- a. создание внутренних ссылок
- b. составление xml карты сайта
- c. дублирование контента на страницах сайта

2. Какие типы страниц желательно исключать из индексирования поисковыми роботами?

- a. страницы-дубликаты
- b. результаты поиска по сайту
- c. страница со статьями
- d. блоги
- e. статистика посещений
- f. страница регистрации

3. Что из перечисленного будет лучшим выбором адреса страницы для поисковых систем и людей?

- a. www.wildlifeonline.com/O0665?id=563&cat=277
- b. www.wildlifeonline.com/animals/crocodile
- c. www.wildlifeonline.com/category/277/article/563
- d. www.wildlifeonline.com/563

4. Как хостинг вебсайта может повлиять на поисковую видимость?

- a. изменить в зависимости от авторитетности хостинга
- b. изменить в зависимости от возраста хостинга
- c. ухудшить при медленной доставке страниц
- d. ухудшить, если он расположен далеко от посетителей
- e. ухудшить при нестабильной работе

5. Что определяется на этапе планирования при создании контента?

- a. тематика контента
- b. контроль графика выхода контента
- c. целевая аудитория

6. Какое влияние могут оказать социальные сети на вебсайт?

- a. предоставить внешние ссылки
- b. вывести сайт из чёрного списка поисковой системы
- c. распространять его содержимое
- d. приводить новых посетителей
- e. перегрузить сервер из-за наплыва пользователей

7. Для чего используются хэштеги?

- a. для передачи поисковой системе хеш-функций в мета тегах страницы
- b. для хеширования текстового контента
- c. для связи обсуждений на одну тему в социальных сетях

8. Как определяется качество ссылки?

- a. по соотношению информации на странице со ссылкой
- b. по количеству кликов по ней
- c. по информативности и корректности текста ссылки
- d. по частоте её упоминания на одной странице

9. Перечислите основные факторы, когда ссылки влияют на авторитетность домена.

- a. информативный и корректный текст ссылок на сайте
- b. постепенное расширение ссылочной базы
- c. количество купленных внешних ссылок
- d. количество качественных внешних ссылок (в том числе из социальных сетей)
- e. количество внутренних ссылок

10. Что может помочь вам при планировании стратегии контента?

- a. информация о целевой аудитории
- b. денежные средства
- c. связи
- d. заинтересованность команды
- e. система публикации контента
- f. ориентация на тренды

11. Укажите все верные высказывания в отношении понятия "интранет"

- a. Интранет - это сеть, построенная на технологии интернет для использования внутренними сотрудниками
- b. Интранет это сеть, построенная на технологии интернет для предоставления части информации и приложений партнерам компании
- c. Интранет - это основной источник информации о конкурентах
- d. Интранет - это сеть, предоставляющая доступ к правительственным архивам

12. Укажите все верные высказывания в отношении баннерной рекламы

- a. Баннерная реклама (Banner Ads)—это графическое изображение, являющееся гиперссылкой на сайт рекламодателя
- b. Баннерная реклама может содержать анимированные, звуковые и видео элементы
- c. Баннерная реклама состоит из набора рекламных объявлений, сгруппированных по тематическим категориям

- d. Баннерная реклама гарантирует, что URL рекламодателя будет индексирован поисковой машиной

13. Укажите все верные высказывания

- a. Достоинства Интернета как рекламной площадки включают быстрый отклик со стороны потенциальных клиентов
- b. Достоинства Интернета как рекламной площадки включают возможность отслеживания взаимодействия клиентов с рекламными материалами
- c. Достоинства Интернета как рекламной площадки включают контроль за тратами на рекламную кампанию
- d. Достоинства Интернета как рекламной площадки включают высокий уровень таргетинга
- e. Достоинства Интернета как рекламной площадки включают максимально широкий охват всех возрастных аудиторий

14. Как называется сервис контекстной рекламы Google?

- a. iTunes
- b. Amazon
- c. Ozon
- d. Adwords

15. К сервисам контекстной рекламы относятся

- a. Google Adwords
- b. Yandex Direct
- c. Begun
- d. Icq
- e. Gmail

16. Укажите качественные показатели, характеризующие интернет-продвижение бизнеса.

- a. Отношение количества покупок, совершенных на сайте, к трафику
- b. Визиты
- c. Процент отказов
- d. Среднее время, проводимое пользователями на сайте
- e. Отношение звонков с сайта к трафику
- f. Количество пользователей, зашедших на сайт из социальных сетей
- g. Процент прироста трафика из органической выдачи

17. Укажите вариант, где верно описана последовательность разработки сайта.

- a. Составление технического задания, разработка дизайна, установка системы администрирования, наполнение сайта информацией, продвижение
- b. Предпроектное проектирование, составление технического задания, разработка дизайна, верстка, установка системы

администрирования, программирование, тестирование, наполнение сайта информацией

- c. Составление технического задания, выбор системы администрирования, верстка, программирование, наполнение сайта информацией, проведение работ по стартовой поисковой оптимизации
- d. Составление договора на работы, разработка дизайна, верстка, программирование, наполнение сайта информацией, тестирование

18. Что такое поисковая оптимизация сайта? Укажите правильное определение.

- a. Поисковая оптимизация – это такая работа с сайтом и внешними факторами, влияющими на сайт, которая с некоторой долей вероятности приводит к тому, что сайт виден в выдаче поисковой машины определенным пользователям, использующим эту поисковую машину
- b. Поисковая оптимизация – это действия, которые производит поисковый оптимизатор с целью гарантированного вывода продвигаемого сайта в ТОП-10 Яндекса и Google
- c. Поисковая оптимизация – это инструмент интернет-маркетинга, который используется для гарантированного увеличения трафика из поисковых систем на продвигаемый сайт
- d. Поисковая оптимизация – это мошенническая деятельность поисковых оптимизаторов с целью незаконного выманивания денег у владельцев сайтов

19. Можно ли давать гарантию на попадание сайта в ТОП-10 (20) выдачи поисковой машины при соблюдении определенных правил работы с сайтом?

- a. Да, конечно, иначе зачем осуществлять поисковую оптимизацию, если нет гарантии?
- b. Нет, такие гарантии не могут быть даны, так как попадание в ТОП – вероятностное событие, которое зависит от многих факторов
- c. Для некоторых поисковых запросов такая гарантия может быть дана, для некоторых других – нет

20. Какие бывают типы запросов пользователей в поисковой строке поисковой машины?

- a. Информационные
- b. Транзакционные
- c. Положительные
- d. Коммерческие/некоммерческие
- e. Навигационные
- f. Бюджетные
- g. Ежедневные

21. Какой инструмент интернет-маркетинга в долгосрочной перспективе с большей долей вероятности привлечет на сайт посетителя с минимальной стоимостью затрат?
- Контекстная реклама
 - Работа с социальными сетями
 - Поисковая оптимизация
 - Баннерная реклама
22. Если Вы собираетесь продвигать свой бизнес в Интернете на территории России, то в какой зоне предпочтительнее зарегистрировать домен, чтобы он лучше продвигался при условии использования всех инструментов интернет-маркетинга?
- рф
 - ru
 - com
 - moscow
 - su
 - Другая доменная зона, которая не указана в списке
23. Что такое контекстная реклама?
- Контекстная реклама – это инструмент интернет-маркетинга, который позволяет получить на сайт только заинтересованных пользователей
 - Контекстная реклама – это инструмент интернет-маркетинга, который предполагает показ баннеров, ведущих на рекламируемый сайт
 - Контекстная реклама – это вид интернет-рекламы, при котором рекламное объявление показывается в зависимости от поискового запроса пользователя к поисковой машине
24. Продвижение в социальных сетях однозначно приводит к:
- Увеличению продаж
 - Росту трафика на сайт
 - Лояльности потребителей
 - Изменению информационного поля компании (бренда)
25. Ретаргетинг (или ремаркетинг) в рекламных системах – это:
- Рекламный механизм, посредством которого онлайн-реклама направляется тем пользователям, которые уже просмотрели рекламируемый продукт, посетив сайт рекламодателя
 - Перенаправление пользователя с рекламной площадки на сайт рекламодателя с использованием определенных интеллектуальных механизмов

- с. Изменение рекламного объявления в режиме реального времени в зависимости от того, какой именно пользователь просматривает рекламу

3. Оценочные средства для проведения промежуточного контроля (промежуточной аттестации)

Семестр	Вид промежуточной аттестации	Вид контрольного мероприятия	Балльные оценки
2	Экзамен	Тестовые задания Экзаменационные вопросы	0-20 0-30

3.1. Тестовые задания

Тестовые задания промежуточной аттестации представляют собой совокупность тестовых вопросов текущего контроля.

3.2 Комплексное задание (экзаменационный билет)

Билеты экзамена равноценны по трудности, одинаковы по структуре, параллельны по расположению заданий. В билете два вопроса.

3.2.1 Вопросы на зачете/экзамене (экзаменационные вопросы)

1. Интернет маркетинг в современных условиях
2. Средства маркетинговых коммуникаций в сети Интернет
3. Контекстная реклама
4. Поисковое продвижение сайта (SEO)
5. Социальные сети
6. Порталы и блоги
7. Технологии баннерной рекламы
8. Аудитория Интернета
9. Основные принципы работы с аудиторией сайта
10. Медиапланирование
11. Анализ эффективности интернет-рекламы
12. Веб-аналитика
13. Стратегия, планирование в Интернет маркетинге
14. Оценка эффективности мероприятий Интернет маркетинга
15. PR-кампания в Интернете
16. Понятие контекстной рекламы
17. Поисковая оптимизация.
18. Понятие поискового продвижения сайта.
19. Понятие и сущность социальной сети.
20. Интеграция сайта с социальными сетями
21. Создание рекламной кампании в сети Интернет
22. Вирусный маркетинг

23. Инструменты продвижения в социальных сетях
24. Web аналитика
25. Создание и настройка объявлений в Яндекс Директ, GoogleAdwords
26. Сервисы контекстной рекламы
27. Сущность поискового продвижения сайта

Критерии оценивания

Суммарно оцениваются ответы на вопросы. Ответы должны быть развернутыми, полными. Каждый правильный ответ на вопрос оценивается до 15 баллов в зависимости от полноты ответа.

Оценивается полнота раскрытия материала; логичность изложения материала; умение иллюстрировать конкретными примерами; знание формул, терминологии, обозначений; использование профессиональной терминологии; демонстрация усвоенного ранее материала; самостоятельность в изложении материала.

Пример балльной системы оценивания:

Критерии оценивания	Количество баллов
<ul style="list-style-type: none"> – полно раскрыто содержание материала; – материал изложен грамотно, в определенной логической последовательности; – продемонстрировано системное и глубокое знание материала; – точно используется терминология; – показано умение иллюстрировать теоретические положения конкретными примерами, применять их в новой ситуации; – продемонстрировано усвоение ранее изученных сопутствующих вопросов; – ответ дан самостоятельно, без наводящих вопросов; – продемонстрирована способность творчески применять знание теории к решению профессиональных задач;– допущены одна-две неточности при освещении второстепенных вопросов, которые исправляются по замечанию; 	10-15
<ul style="list-style-type: none"> – 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 требованию на максимальную оценку, 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; 	7-9
<ul style="list-style-type: none"> – неполно или непоследовательно раскрыто содержание материала, но показано общее понимание вопроса и продемонстрированы умения, 	4-6

<p>достаточные для дальнейшего усвоения материала;</p> <ul style="list-style-type: none"> – усвоены основные категории по рассматриваемому и дополнительным вопросам; – имелись затруднения или допущены ошибки в определении понятий, использовании терминологии, исправленные после нескольких наводящих ответов; – неполное знание теоретического материала, обучающийся не может применить теорию в новой ситуации; – продемонстрировано усвоение основной литературы; 	
<ul style="list-style-type: none"> – не раскрыто основное содержание учебного материала либо отказ от ответа; – обнаружено незнание или непонимание большей или наиболее важной части учебного материала; – допущены ошибки в определении понятий, при использовании терминологии, некоторые не исправлены после нескольких наводящих вопросов. 	1-3
-ответ не получен.	0

Пример балльной системы оценивания вопросов:

Задание	Критерии оценивания	Количество баллов
Теоретический вопрос	<ul style="list-style-type: none"> – полно раскрыто содержание материала; – материал изложен грамотно, в определенной логической последовательности; – продемонстрировано системное и глубокое знание материала; – точно используется терминология; – показано умение иллюстрировать теоретические положения конкретными примерами, применять их в новой ситуации; – продемонстрировано усвоение ранее изученных сопутствующих вопросов; – допущены одна-две неточности при освещении второстепенных вопросов, которые исправляются по замечанию; 	0-15