

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Ушвицкий Лев Иванович

Должность: и.о. директора Института экономики и управления

Дата подписания: 18.06.2026 10:59:05

Уникальный программный ключ:

46f7031a7046958ffdb4e91f81e17726531a25a8

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ

Директор института
экономики и управления
доктор экономических наук,
профессор
Л. И. Ушвицкий

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ
«Интернет-маркетинг»

Направление подготовки
Направленность (профиль)

Год начала обучения

Форма обучения

Реализуется в семестре

38.04.05 Бизнес-информатика

Интеллектуальный анализ данных и
цифровые бизнес-технологии

2026

очная

3

Введение

1. Назначение: Фонд оценочных средств по дисциплине «Интернет-маркетинг» предназначен для контроля достижения обучающимися требуемых компетенций посредством оценивания полученных ими результатов обучения, соответствующих индикаторам достижения компетенций образовательной программы высшего образования «Интеллектуальный анализ данных и цифровые бизнес-технологии» по направлению подготовки 38.04.05 Бизнес-информатика.

2. ФОС является приложением к рабочей программе дисциплины «Интернет-маркетинг»

3. Разработчик: Ловянников Д.Г., кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры цифровых бизнес-технологий и систем учета

4. Проведена экспертиза ФОС.

Члены экспертной группы:

Председатель Куш Е.Н. - председатель УМК института экономики и управления.

Члены комиссии:

Пучкова Е. Е. - член УМК института экономики и управления, и.о. зам. директора по учебной работе;

Михайлова Г.В. - член УМК института экономики и управления, доцент кафедры цифровых бизнес-технологий и систем учета

Представитель организации-работодателя: Лабушкин Ю.Г. – директор ООО «Бизнес ИТ»

Экспертное заключение: фонд оценочных средств по дисциплине «Интернет-маркетинг» рекомендуется для оценки результатов обучения и уровня сформированности компетенций у обучающихся образовательной программы высшего образования «Интеллектуальный анализ данных и цифровые бизнес-технологии» по направлению подготовки 38.04.05 Бизнес-информатика.

«19» мая 2026 г.

5. Срок действия ФОС определяется сроком реализации образовательной программы.

1. Описание критериев оценивания компетенции на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Компетенция(ии), индикатор(ы)	Уровни сформированности компетенции(ий)			
	Минимальный уровень не достигнут (Неудовлетвор ительно) 2 балла	Минималь ный уровень (удовлетво рительно) 3 балла	Средний уровень (хорошо) 4 балла	Высокий уровень (отлично) 5 баллов
ПК-2 Способностью к управлению проектами в области ИТ малого и среднего уровня сложности в условиях неопределенностей, порождаемых запросами на изменения, с применением формальных инструментов управления рисками и проблемами проекта				
Результаты обучения по дисциплине ИД-6 ПК-2 Применяет методы хранения и обработки структурированных, полуструктурированных и неструктурированных данных для управления рисками и проблемами проекта	Имеет только элементарные представления об инструментах Web-аналитики и интернет-маркетинга для анализа данных с целью управления проектами	Имеет общие сведения об инструментах Web-аналитики и интернет-маркетинга для анализа данных с целью управления проектами	Знает основы об инструментах Web-аналитики и интернет-маркетинга для анализа данных с целью управления проектами	Применяет инструменты Web-аналитики и интернет-маркетинга с целью управления проектами
ПК-3 Способен управлять работами по сопровождению и проектами создания (модификации) ИС, автоматизирующих задачи организационного управления и бизнес-процессы				
Результаты обучения по дисциплине ИД-6 ПК-3 Применяет методы анализа данных для решения практических задач	Имеет только элементарные представления о методах Web-аналитики и интернет-маркетинга для решения практических задач	Имеет общие сведения о методах Web-аналитики и интернет-маркетинга для решения практических задач	Знает основы о методах Web-аналитики и интернет-маркетинга для решения практических задач	Применяет методы Web-аналитики и интернет-маркетинга для решения практических задач

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета (3 семестр).

Описание шкал оценивания

Результаты обучения по дисциплине «Интернет-маркетинг», соотнесенные с индикаторами достижения компетенции ПК-2, ПК-3, оцениваются по пятибалльной системе: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» и «неудовлетворительно».

Для получения зачета необходимо пройти мероприятия текущего контроля успеваемости в семестре на оценку не ниже «удовлетворительно».

Оценивание уровня сформированности компетенции по дисциплине осуществляется на основе «Положения о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры - в Федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования «Северо-Кавказский федеральный университет» в актуальной редакции.

Критерии выставления оценок

Оценка «отлично» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами при ответе на практикоориентированные вопросы, принимает правильные управленческие решения, владеет навыками и приемами решения практических задач, выполняет тестовые задания на 100 процентов. Результаты обучения по дисциплине в рамках освоения компетенции ПК-2, ПК-3 достигнуты на высоком уровне.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов, владеет необходимыми навыками и приемами ответов на них, правильно применяет теоретические положения при решении практических задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения, выполняет тестовые задания на 70 процентов. Результаты обучения по дисциплине в рамках освоения компетенции ПК-2, ПК-3 достигнуты на хорошем уровне.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при ответе на вопросы и при выполнении практических заданий и решении кейс-задач, выполняет тестовые задания на 50 процентов. Результаты обучения по дисциплине в рамках освоения компетенции ПК-2, ПК-3 достигнуты на базовом уровне.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями отвечает на вопросы, допускает существенные ошибки при решении заданий практического уровня, выполняет тестовые задания на 49 процентов и ниже. Результаты обучения по дисциплине в рамках освоения компетенции ПК-2, ПК-3 не достигнуты.

2. Оценочные средства для проверки уровня сформированности компетенций

Номер задания	Правильный ответ	Содержание оценочного средства	Компетенция
		Семестр 3	
		Тестовые задания	
1.	b)	Что такое ROI в контексте веб-аналитики? a) Rate of Interest (Процентная ставка) b) Return on Investment (Окупаемость инвестиций) c) Rate of Increase (Темп роста) d) Return on Innovation (Окупаемость инноваций)	ПК-2
2.	d)	Какой тип отчета в Google Analytics показывает источники трафика на веб-сайт? a) Отчет о посещаемости b) Отчет о конверсии c) Отчет о сегментации d) Отчет о источниках	ПК-2
3.	c)	Что означает показатель отказов (bounce rate) в Google Analytics? a) Количество посещений на веб-сайте b) Количество просмотров страницы c) Количество посетителей, которые покинули сайт после просмотра только одной страницы d) Количество посетителей, которые вернулись на сайт повторно	ПК-2
4.	c)	Что такое UTM-метки в Google Analytics? a) Уникальные метки для каждого посетителя b) Метки для отслеживания конверсий c) Метки для отслеживания источников трафика d) Метки для отслеживания событий на странице	ПК-2
5.	d)	Какие типы целей можно настроить в Google Analytics? a) Цель по продажам	ПК-2

Номер задания	Правильный ответ	Содержание оценочного средства	Компетенция
		b) Цель по посещаемости c) Цель по конверсии d) Все вышеперечисленное	
6.	b)	Что такое А/В-тестирование в контексте веб-аналитики? a) Метод анализа конкурентов b) Метод сравнения двух версий веб-страницы или элементов на ней c) Метод анализа социальных медиа d) Метод анализа пользовательского поведения	ПК-2
7.	b)	Какой инструмент Google Analytics позволяет отслеживать события на веб-сайте? a) Google AdWords b) Google Tag Manager c) Google Trends d) Google Keyword Planner	ПК-3
8.	a)	Что такое конверсия в контексте веб-аналитики? a) Процент посетителей, совершивших покупку на веб-сайте b) Процент посетителей, оставивших контактную информацию на веб-сайте c) Процент увеличения трафика на веб-сайте d) Процент пользователей, перешедших на другую страницу внутри веб-сайта	ПК-3
9.	d)	Какой инструмент Google Analytics позволяет отслеживать поведение пользователей на веб-сайте? a) Google Trends b) Google Ads c) Google Optimize d) Google Analytics	ПК-3
10.	a)	Что такое воронка конверсии в Google Analytics? a) Последовательность страниц, которые пользователи проходят на веб-сайте b) Список ключевых слов, которые привлекают трафик на веб-сайт	ПК-3

Номер задания	Правильный ответ	Содержание оценочного средства	Компетенция
		с) Источники трафика, которые приводят к конверсиям на веб-сайте d) Пользовательские сегменты, которые показывают разные поведенческие модели	
11.	a)	Каким образом можно измерять эффективность рекламных кампаний с помощью Google Analytics? a) Через отчеты о трафике и конверсиях b) Через отчеты о сеансах и продолжительности посещений c) Через отчеты о демографической информации пользователей d) Через отчеты о скорости загрузки страниц	ПК-3
12.	a)	Какая информация доступна в отчете "Источники трафика" в Google Analytics? a) Источники трафика и количество посетителей от каждого источника b) Время проведенное на веб-сайте и количество просмотренных страниц c) Данные о конверсиях и доходе от каждого источника трафика d) Распределение посетителей по странам и регионам	ПК-3
		Вопросы для собеседования	
13.		Какие основные метрики и KPI (Key Performance Indicators) вы отслеживаете в Google Analytics?	ПК-2
14.		Какие инструменты и методы вы используете для анализа поведения пользователей на веб-сайте?	ПК-2
15.		Расскажите о вашем опыте настройки и внедрения Google Analytics на веб-сайтах.	ПК-2
16.		Как вы определяете цели и настраиваете целевые ворота (funnels) в Google Analytics?	ПК-2
17.		Как вы анализируете источники трафика на веб-сайте с помощью Google Analytics?	ПК-2
18.		Какие метрики и отчеты вы используете для оценки эффективности рекламных кампаний в Google Analytics?	ПК-2

Номер задания	Правильный ответ	Содержание оценочного средства	Компетенция
19.		Как вы проводите сегментацию пользователей в Google Analytics и какие преимущества это дает для анализа данных?	ПК-3
20.		Расскажите о вашем опыте использования А/В-тестирования в Google Analytics. Какие инструменты и методы вы применяете?	ПК-3
21.		Как вы проводите анализ мобильного трафика и поведения пользователей на мобильных устройствах с помощью Google Analytics?	ПК-3
22.		Какие инструменты и методы вы используете для мониторинга скорости загрузки страниц на веб-сайте?	ПК-3
23.		Как вы анализируете отказы пользователей на веб-сайте и какие меры принимаете для их снижения?	ПК-3
24.		Как вы используете данные Google Analytics для оптимизации пользовательского опыта на веб-сайте и увеличения конверсий?	ПК-3
Практические задачи			
25.	25% (250 покупок / 1000 посетителей * 100%)	Задача о конверсии Веб-сайт имеет 1000 посетителей в день. Из них 250 совершают покупку. Какой процент конверсии на этом веб-сайте?	ПК-2
26.	10 000 (200 покупок * 50)	Задача о доходе от рекламной кампании За месяц рекламная кампания привлекла на веб-сайт 5000 посетителей. Из них 200 совершили покупку с средним чеком в 50 долларов. Какой общий доход от этой рекламной кампании?	ПК-3
27.	200% (15000 долларов дохода - 5000 долларов инвестиций) / 5000 долларов инвестиций * 100%)	Задача о ROI (Окупаемости инвестиций) Компания инвестировала 5000 долларов в рекламную кампанию и получила 15000 долларов дохода от этой кампании. Какой ROI в процентах?	ПК-3