

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Садыкова Алёна Григорьевна  
Должность: Директор Высшей школы креативных индустрий  
Дата подписания: 25.05.2026 16:30:54  
Уникальный программный ключ:  
d72783635b7f7c872e79a746e849dcb1abc68c7e

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

**УТВЕРЖДАЮ**  
Директор Высшей школы  
креативных индустрий  
Садыкова Алена Григорьевна

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**  
**«Проектирование сайтов и SEO-продвижение»**

Направление подготовки  
Направленность (профиль)

42.03.01 – Реклама и связи с общественностью  
«Реклама в системе маркетинговых коммуникаций»

Год начала обучения  
Форма обучения  
Реализуется в семестре

2026  
очная  
7

## Введение

1. Назначение фонда оценочных средств по дисциплине «Проектирование сайтов и SEO-продвижение» – выявление уровня сформированности компетенций по дисциплине.
  2. ФОС является приложением к программе дисциплины «Проектирование сайтов и SEO-продвижение».
  3. Разработчик: Е.В. Афанасьева преподаватель департамента медиакоммуникаций.
  4. Проведена экспертиза ФОС. Члены экспертной группы, проводившие внутреннюю экспертизу:  
Председатель: Рубежной А.А., председатель УМК Высшей школы креативных индустрий.  
Члены комиссии: Лупандина Н.Д., зам. директора ВШКИ по учебной работе;  
Горбачев А.М., директор департамента медиакоммуникаций.  
Представитель организации-работодателя: Коршунова Полина Ивановна, главный специалист Службы общественных связей Ставропольского РФ АО «Россельхозбанк».
- Экспертное заключение: ФОС соответствует ОП по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Маркетинговые коммуникации в сфере рекламы и связей с общественностью», «PR в государственных и бизнес-структурах», «Рекламные технологии» и рекомендуется для выявления уровня сформированности компетенций по дисциплине.
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 компетенци(ий),			
	Минимальный уровень не достигнут (Неудовлетворительно) 2 балла	Минимальный уровень (удовлетворительно) 3 балла	Средний уровень (хорошо) 4 балла	Высокий уровень (отлично) 5 баллов
<b>ПК-5.</b> Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью.				
Результаты обучения по дисциплине (модулю): <b>ИД-1 ПК-5</b> Знает типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью.	Не знает типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	Знает недостаточно типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	Знает в целом типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	Знает на высоком уровне типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью
<b>ИД-2 ПК-5</b> Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью.	Не реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	Реализует недостаточно типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	Реализует в целом типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	Реализует на высоком уровне типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью
<b>ИД-3 ПК-5</b> Владеет типовыми алгоритмами проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью.	Не владеет типовыми алгоритмами проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	Владеет плохо типовыми алгоритмами проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	Владеет в целом типовыми алгоритмами проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	Владеет на высоком уровне типовыми алгоритмами проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью
<b>ПК-10.</b> Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами.				
Результаты обучения по дисциплине (модулю): <b>ИД-1 ПК-10</b> Знает, как осуществлять	Не знает, как осуществлять мониторинг обратной связи с разными целевыми группами	Знает плохо, как осуществлять мониторинг обратной связи с разными целевыми группами	Знает в целом, как осуществлять мониторинг обратной связи с разными целевыми	Знает на высоком уровне, как осуществлять мониторинг обратной связи с разными целевыми группами

мониторинг обратной связи с разными целевыми группами.			группами	
<b>ИД-2 ПК-10</b> Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами.	Не осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами	Осуществляет плохо мониторинг обратной связи с разными целевыми группами	Осуществляет в целом мониторинг обратной связи с разными целевыми группами	Осуществляет на высоком уровне мониторинг обратной связи с разными целевыми группами
<b>ИД-3ПК-10</b> Владеет навыками мониторинга обратной связи с разными целевыми группами.	Не владеет навыками мониторинга обратной связи с разными целевыми группами	Владеет плохо навыками мониторинга обратной связи с разными целевыми группами	Владеет в целом навыками мониторинга обратной связи с разными целевыми группами	Владеет на высоком уровне навыками мониторинга обратной связи с разными целевыми группами
<b>ПК-13.</b> Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.				
Результаты обучения по дисциплине (модулю): <b>ИД-1 ПК-13</b> Знает особенности внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.	Не знает особенности внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	Знает плохо особенности внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	Знает в целом особенности внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	Знает на высоком уровне особенности внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры
<b>ИД-2 ПК-13</b> Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.	Не участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	Участвует недостаточно в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	Участвует в целом в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	Участвует на высоком уровне в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры
<b>ИД-3ПК-13</b> Владеет навыками корпоративной культуры	Не владеет навыками корпоративной культуры	Владеет плохо навыками корпоративной культуры	Владеет в целом навыками корпоративной культуры	Владеет на высоком уровне навыками корпоративной культуры

культуры.				
-----------	--	--	--	--

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.

## ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕРКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ

Номер задания	Правильный ответ	Содержание вопроса	Компетенция
<b>Семестр 7</b>			
1.		Комплекс мероприятий по увеличению видимости сайта в поисковых системах по целевым запросам называется:	ПК-13
2.		СРС – это:	ПК-13
3.	a)	Для анализа трафика из выдачи используются системы аналитики, такие как: a) Яндекс. Метрика и/ или Google Analytics b) Twitter	ПК-13
4.	b)	Стоимость клика для поисковой оптимизации: a) от 50 до 100 рублей; b) от 0,1 до 30 рублей; c) фиксированная цена клика 35 рублей	ПК-13
5.		Упорядоченный набор слов, их морфологических форм и словосочетаний, которые наиболее точно характеризуют вид деятельности, товара и услуги, предлагаемые сайтом называется:	ПК-13
6.	a)	Существуют 2 основные модели установки тарифов на рекламу в интернете: a) СРМ и СРС; b) клики и лайки; c) Яндекс. Метрика и/ или Google Analytics	ПК-13
7.		Аббревиатура ROI расшифровывается как:	ПК-5
8.		Показатели охвата, эмоциональные показатели, показатели вовлечений – это:	ПК-5
9.		Social action – это:	ПК-5
10.		Линкбэйтинг – это...	ПК-5
11.		Контент –это	ПК-10
12.		Какой тег поможет вам избавиться на сайте от дублированного контента, указывая поисковику предпочитаемую версию URL-адреса для страницы?	ПК-10
13.		СТА – это	ПК-10
14.		Понятие «тошнота текста»– это	ПК-5
15.	b)	Сколько необходимо времени для получения положительных результатов по	ПК-10

		продвижению по SEO составляем: а) 2 недели; б) от 3х до 9-12 месяцев; с) 10 дней	
16.		Аббревиатура НЧ в SEO означает .....	ПК-13
17.		Алгоритм машинного обучения, который формирует выдачу Яндекса называется	ПК-13
18.		IDF – это	ПК-13
19.		Динамический дорген отличается от обычного тем, что .....	ПК-13
20.		Введите строку файла robots.txt, которая запрещает сканирование всего сайта.....	ПК-13
21.	событийного характера	Мероприятие, связанное с юбилеем самой организации или «круглым» числом произведенных фирмой товаров, обслуженных клиентов, проведением дня открытых дверей и т.п., относится к мероприятиям	ПК-5
22.	медиапланирование	Один из функциональных элементов рекламного менеджмента, связанный с принятием решений о выборе средств для размещения рекламы, о графике размещения в соответствии с концепцией рекламной кампании и определенным рекламным бюджетом, — это:	ПК-5
23.	рабочая	Место на выставочной площади для проведения переговоров коммерческих представителей фирмы со специалистами и потенциальными заказчиками — это зона ...	ПК-5
24.	имиджем	Образ фирмы или товара, единство представлений и эмоционального восприятия у целевой аудитории, которые связываются с фирмой или товаром, называется:	ПК-5
25.	первичная информация	Новая информация, собираемая для какой-либо конкретной цели, с использованием специальных исследовательских приемов и процедур — это:	ПК-5
26.	ненадлежащая реклама	Недобросовестная, недостоверная, неэтичная, заведомо ложная и иная реклама, в которой допущены нарушения требований к ее содержанию, времени, месту и способу распространения, — это:	ПК-5
27.	информационное письмо	Наиболее распространенный вид прямой почтовой рекламы (директ мейл), имеющий внешнее сходство с деловым письмом (печатается на фирменном бланке, обычно содержит личное обращение и подпись представителя фирмы) и рассылается по спискам, — это:	ПК-5
28.	фирменный стиль	Набор цветовых, графических, словесных, типографских, дизайнерских	ПК-5

		постоянных элементов (констант), обеспечивающих визуальное и смысловое единство в оформлении товаров, внутренней среды фирмы, а также всей исходящей от фирмы информации, — это:	
29.	рекламным посланием	Набор символов и текст, передаваемые рекламодателем потребителю, называются:	ПК-5
30.	рекламная идея	Основная мысль, внушаемая целевой аудитории, содержание рекламного обращения — это:	ПК-5
31.	целевая аудитория	Основная и наиболее важная для рекламодателя категория получателей рекламного сообщения — это:	ПК-5
32.	оптовыми ярмарками	Мероприятия, на которых представители оптового звена торговли заключают договоры на поставку продукции или товаров от производителей, называются:	ПК-5
33.	медиапланирование	Один из функциональных элементов рекламного менеджмента, связанный с принятием решений о выборе средств для размещения рекламы, о графике размещения в соответствии с концепцией рекламной кампании и определенным рекламным бюджетом, — это:	ПК-5
34.	Тестинг	Маркетинговая акция по привлечению внимания покупателя к товару методом его опробования до покупки с рассказом о качественных характеристиках товара	ПК - 10
35.	Комплексная аналитика	Какой вид аналитики занимается сбором и анализом статистических данных	ПК - 10
36.	Микро-конверсия	Как называется любое действие пользователя на сайте, которое демонстрирует его начальную заинтересованность в том, чтобы приобрести продукт или услугу и совершить главное действие	ПК - 10
37.	Информация о клиентах	Главный капитал фирмы, который должен использоваться с максимальной пользой для того, чтобы достичь конкурентоспособности и сохранить ее	ПК - 10
38.	Чат-бот	Программа, которая имитирует реальный разговор с пользователем	ПК - 10

## **2. Описание шкалы оценивания**

В рамках рейтинговой системы успеваемость студентов по каждой дисциплине оценивается в ходе текущего контроля и промежуточной аттестации. Рейтинговая система оценки знаний студентов основана на использовании совокупности контрольных мероприятий по проверке пройденного материала (контрольных точек), оптимально расположенных на всем временном интервале изучения дисциплины. Принципы рейтинговой системы оценки знаний студентов основываются на положениях, описанных в Положении об организации образовательного процесса на основе рейтинговой системы оценки знаний студентов в ФГАОУ ВО «СКФУ».

## **3. Критерии оценивания компетенций**

Оценка «отлично» выставляется студенту, если он на высоком уровне способен обеспечить выполнение проекта в соответствии с установленными целями, сроками и затратами, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений, в том числе с использованием цифровых инструментов.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он способен обеспечить выполнение проекта в соответствии с установленными целями, сроками и затратами, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений, в том числе с использованием цифровых инструментов.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он частично способен обеспечить выполнение проекта в соответствии с установленными целями, сроками и затратами, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений, в том числе с использованием цифровых инструментов.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он не способен обеспечить выполнение проекта в соответствии с установленными целями, сроками и затратами, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений, в том числе с использованием цифровых инструментов.

Оценка «зачтено» выставляется студенту, если выставляется студенту, если изучаемый материал освоен полностью, без пробелов; исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно излагает материал; свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний; использует в ответе дополнительный материал все предусмотренные программой задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному; анализирует полученные результаты; проявляет самостоятельность при выполнении заданий.

Оценка «не зачтено» выставляется студенту, если выставляется студенту, если он допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы, необходимые практические компетенции не сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий не выполнено, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к минимальному.