

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 08:58:41

Уникальный программный ключ:

46f7031a7046958ffdb4e91f81e17726331d25a8

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

Ушвицкий Л.И.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

«Цифровые коммуникации в маркетинге»

Направление подготовки
Направленность (профиль)
Год начала обучения
Форма обучения
Реализуется в семестре

38.03.02 Менеджмент
Маркетинг и рыночная аналитика
2026
Очно-заочная
9

Введение

1. Назначение: Фонд оценочных средств по дисциплине «Цифровые коммуникации в маркетинге» предназначен для контроля достижения обучающимися требуемых компетенций посредством оценивания полученных ими результатов обучения, соответствующих индикаторам достижения компетенций образовательной программы высшего образования «Маркетинг и рыночная аналитика» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент.

2. ФОС является приложением к рабочей программе дисциплины «Цифровые коммуникации в маркетинге»

3. Разработчик: Пономарева Е.А., доцент кафедры менеджмента

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. замдиректора по учебной работе;

Воронцова Г.В. - член УМК института экономики и управления, доцент кафедры менеджмента.

Представитель организации-работодателя: Директор ООО «Орфей» Кривко Владимир Иванович.

Экспертное заключение: фонд оценочных средств по дисциплине «Цифровые коммуникации в маркетинге» рекомендуется для оценки результатов обучения и уровня сформированности компетенций у обучающихся образовательной программы высшего образования «Маркетинг и рыночная аналитика» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент.

«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 (Неудовлетворительно) 2 балла	Минимальный уровень (удовлетворительно) 3 балла	Средний уровень (хорошо) 4 балла	Высокий уровень (отлично) 5 баллов
<i>Компетенция: ПК-1 – Способен применять различные подходы к организации и проведению сбора и анализа маркетинговой информации с использованием цифровых технологий для обеспечения управленческих решений в области маркетинга</i>				
Результаты обучения по дисциплине: Основываясь на знаниях видов и методов маркетинговых коммуникаций, проводит анализ и выбирает цифровые каналы коммуникаций; способен организовывать и выполнять маркетинговые исследования, направленные на разработку и реализацию коммуникационного продукта с применением цифровых технологий; способен оценить эффективность мероприятий интернет-маркетинга <i>Индикатор: ИД-2. ПК-1.</i>	Не применяет знания видов маркетинговых инструментов в диджитал коммуникаций, не умеет проводить анализ и выбирать эффективные цифровые каналы коммуникаций для проведения рекламной компании; не способен организовывать и выполнять маркетинговые исследования, направленные на разработку и реализацию коммуникационного продукта с применением цифровых технологий; оценивает эффективность мероприятий интернет-маркетинга	Применяет знания видов маркетинговых инструментов диджитал коммуникаций, на минимальном уровне проводит анализ и выбирает эффективные цифровые каналы коммуникаций для проведения рекламной компании; на низком уровне способен организовывать и выполнять маркетинговые исследования, направленные на разработку и реализацию коммуникационного продукта с применением цифровых технологий; не умеет оценивать эффективность мероприятий интернет-маркетинга	Применяет знания видов маркетинговых инструментов диджитал коммуникаций, на среднем уровне проводит анализ и выбирает эффективные цифровые каналы коммуникаций для проведения рекламной компании; способен организовывать и выполнять маркетинговые исследования, направленные на разработку и реализацию коммуникационного продукта с применением цифровых технологий, но допускает ошибки; оценивает эффективность мероприятий интернет-маркетинга на среднем уровне	Применяет знания видов маркетинговых инструментов диджитал коммуникаций, самостоятельно проводит анализ и выбирает эффективные цифровые каналы коммуникаций для проведения рекламной компании; способен на высоком уровне организовывать и выполнять маркетинговые исследования, направленные на разработку и реализацию коммуникационного продукта с применением цифровых технологий; оценивает эффективность мероприятий интернет-маркетинга

ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕРКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ

Номер задания	Правильный ответ	Содержание вопроса	Компетенция
1.	a -2 b - 1	Соотнесите термин с его определением: a) Интернет-маркетинг b) Онлайн-маркетинг 1: рыночная деятельность, предполагающая задействование всех возможных средств и ресурсов для обеспечения постоянства контактов и связи между компанией и потребителями, осуществляемых все с теми же маркетинговыми целями и основанная на принципах маркетинга 2: рыночная деятельность осуществляемая в сети Интернет, основанная на принципах маркетинга и ведущая к удовлетворенности потребности потребителей в товарах и услугах, осуществляемая с выгодой для компании 3: многочисленные невидимые потребителям службы компании реализующие сервисные и вспомогательные функции: оформление, регистрация, отчетность и контроль, логистика и финансовый учет	ПК-1
2.	a	Коммуникация в узком смысле – это обмен: a) Информацией b) Впечатлениями c) Действиями d) Информацией, действиями, впечатлениями	ПК-1
3.	a	Компания планирует продвижение в сети Интернет и в настоящий момент находится в поиске подрядчика на разработку сайта. Какой инструмент позволит сэкономить деньги и время, с учётом планов продвижения, разрабатываемого сайта? a) оптимизация сайта на этапе разработки b) оптимизация конверсий на этапе разработки c) настройка контекстной рекламы на этапе разработки	ПК-1

		сайта	
4.	Контекстная реклама	Впишите пропущенные слова в нужном падеже. _____ – текстовые объявления, которые показываются по запросам в поиске и графические объявления на сайтах-партнерах поисковой системы	ПК-1
5.		Охарактеризуйте функции цифровых коммуникаций.	ПК-1
6.		Определение понятия «цифровая коммуникация»	ПК-1
7.		Определение понятия «компьютерно-опосредованная коммуникация	ПК-1
8.		Определение понятия «электронная коммуникация»	ПК-1
9.		Соотношение понятий «социальные медиа», «цифровые медиа», «софт».	ПК-1
10.		Что такое цифровой маркетинг?	ПК-1
11.		Цифровой маркетинг, онлайн-маркетинг или интернет- маркетинг. Дайте определения.	ПК-1
12.		Основы цифрового маркетинга (digital-marketing).	ПК-1
13.		Цифровая трансформация.	ПК-1
14.		Технологии в маркетинге. Ошибка использования цифровых технологий.	ПК-1
15.		Преимущества цифровых технологий.	ПК-1
16.		Цифровые инновации в маркетинге.	ПК-1
17.		Разрешительный (доверительный) маркетинг как средство маркетинговых коммуникаций.	ПК-1
18.		Плюсы и минусы цифрового маркетинга.	ПК-1
19.		Потребитель в цифровую эпоху. Скорость коммуникаций и точность исполнения обязательств.	ПК-1
20.		Поведение потребителей и Digital-маркетинг. Целевая аудитория.	ПК-1
21.		Интернет-эпоха как социотехно-культурная реальность современности.	ПК-1
22.		Особенности сети Интернет как коммуникационной среды.	ПК-1
23.		Формы, методы и особенности настройки контекстной рекламы.	ПК-1
24.		SEO-маркетинг.	ПК-1
25.		Технологии e-mail-маркетинга	ПК-1

26.		Цифровой PR.	ПК-1
27.		Партизанский и вирусный маркетинг	ПК-1
28.		Web-сайт для маркетинга.	ПК-1
29.		Интернет-маркетинг.	ПК-1
30.		Директ-макретинг.	ПК-1
31.		Сенсорный маркетинг.	ПК-1
32.		Маркетинг в социальных сетях (SMM).	ПК-1
33.		Маркетинг мобильных устройств	ПК-1
34.		Маркетинг цифровых экосистем.	ПК-1
35.		GEO-маркетинг.	ПК-1
36.		Поисковый маркетинг (SEM). SEO+SEA+SERM.	ПК-1
37.		Понятие эффективности мероприятий интернет-маркетинга.	ПК-1
38.		Оценка эффективности интернет-рекламы.	ПК-1
39.		Оценка коммуникативной эффективности рекламы интернет-маркетинга.	ПК-1
40.		Оценка экономической эффективности рекламы интернет-маркетинга.	ПК-1
41.		Эффективность PR -работы в социальных сетях.	ПК-1

2. Описание шкалы оценивания

Результаты обучения по дисциплине «Цифровые коммуникации в маркетинге», соотнесенные с индикаторами достижения компетенция ПК-1 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.

3. Критерии оценивания компетенций

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-1 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-1 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-1 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-1 не достигнуты.

Оценка «зачтено» выставляется студенту, если теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов; исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно излагает материал; свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний; осуществляет поиск информации в базах данных; использует в ответе дополнительный материал; анализирует полученные результаты; понимает основные аспекты межличностных и групповых коммуникаций; применяет правила командной работы, проявляет самостоятельность при

выполнении заданий, все предусмотренные программой задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному.

Оценка «не зачтено» выставляется студенту, если он не знает значительной части программного материала, 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.