

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«Брянский государственный аграрный университет»



УТВЕРЖДАЮ  
Проректор по учебной работе  
и цифровизации

А.В. Кубышкина

«11» мая 2022 г.

---

Сетевой маркетинг

(Наименование дисциплины)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Закреплена за кафедрой	<u>информатики, информационных систем и технологий</u>
Направление подготовки	<u>09.04.03 Прикладная информатика</u>
Направленность (профиль)	<u>Программно-технические средства информатизации</u>
Квалификация	<u>Магистр</u>
Форма обучения	<u>очная, заочная</u>
Общая трудоемкость	<u>5 з.е.</u>

Брянская область  
2022

Программу составил(и):

к.с.-х.н., доцент Милютина Е.М.



Рецензент(ы):

к.э.н., доцент Ульянова Н.Д.



Рабочая программа дисциплины «Сетевой маркетинг» разработана в соответствии с ФГОС ВО – магистратура по направлению подготовки 09.04.03 Прикладная информатика, утверждённого приказом Министерства образования и науки РФ от 19 сентября 2017 г., № 916.

составлена на основании учебного плана 2022 года набора:

направление подготовки 09.04.03 Прикладная информатика направленность Программно-технические средства информатизации

утвержденного учёным советом вуза от «11» мая 2022г. протокол №10

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры информатики, информационных систем и технологий

Протокол от «11» мая 2022г. протокол №10

Зав. кафедрой, к.э.н., доцент Ульянова Н.Д.



(подпись)



Прием экзамена											
Прием зачета								0,15	0,15	0,15	0,15
Контактная работа обучающихся с преподавателем (аудиторная)								40,15	40,15	40,15	40,15
Сам. работа								139,85	139,85	139,85	139,85
Контроль											
Итого								180	180	180	180

### РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ЧАСОВ ДИСЦИПЛИНЫ ПО КУРСАМ (заочная форма)

Вид занятий	1		2		3		Итого	
			УП	РПД	УП	РПД	УП	РПД
Лекции			2	2	4	4	6	6
Лабораторные			2	2	10	10	6	6
КСР								
Консультация								
Прием экзамена								
Прием зачета					0,15	0,15	0,15	0,15
Контактная работа обучающихся с преподавателем (аудиторная)			4	4	14,15	14,15	18,15	18,15
Сам. работа			32	32	128	128	160	160
Контроль					1,85	1,85	1,85	1,85
Итого			36	36	144	144	180	180

### СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) (очная форма)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр	Часов	Компетенции
	<b>Раздел 1. Введение в сетевой маркетинг</b>			
1.1	Сетевой маркетинг в современных условиях /Лек/	4	2	ПКС-4.2
1.2	Анализ специфики мероприятий сетевого маркетинга в различных странах /Лаб/	4	2	ПКС-4.2
1.3	Средства маркетинговых коммуникаций в сети Интернет /Лек/	4	2	ПКС-4.2
1.4	Преимущества поискового продвижения сайта. Перелинковка. Штрафные санкции поисковых систем в отношении сайтов /Лаб/	4	2	ПКС-4.2
1.5	Составление структуры Web сайт компании. Разработка стратегии. PR-кампания в Интернете/Ср/	4	40	ПКС-4.2
1.6	Тренды в современном продвижении /Ср/	4	20	ПКС-4.2
	<b>Раздел 2. Основные компоненты сетевого маркетинга</b>			
2.1	Поисковое продвижение сайта (SEO) /Лек/	4	2	ПКС-4.2
2.2	Выбор инструментов продвижения в социальных сетях /Лаб/	4	2	ПКС-4.2
2.3	Социальные сети. Порталы и блоги /Лек/	4	2	ПКС-4.2
2.4	Технологии баннерной рекламы. /Лек/	4	2	ПКС-4.2
2.5	Лабораторные занятия: Разработка мероприятий по баннерной рекламе /Лаб/	4	2	ПКС-4.2
2.6	Контекстная реклама /Лек/	4	2	ПКС-4.2

2.7	Основные принципы работы аудиторией сайта. Классификация потребителей по отношению к интернет-проекту. /Лаб/	4	2	ПКС-4.2
2.8	Аудитория Интернета. Основные принципы работы с аудиторией сайта. /Лек/	4	2	ПКС-4.2
2.9	Реализация технологий сетевого маркетинга в кризисных ситуациях /Ср/	4	19,85	ПКС-4.2
2.10	Медиапланирование. Проблемы конверсии. Основные принципы генерации входящего трафика веб-сайта - таргетинг, коммунікейшн-микс, тайминг /Лаб/	4	2	ПКС-4.2
2.11	Медиапланирование. Анализ эффективности интернет-рекламы. Веб-аналитика. /Лек/	4	2	ПКС-4.2
2.12	Анализ спроса в сети Интернет. Web аналитика. Стратегическое планирование кампании и оценка трафика/Лаб/	4	2	ПКС-4.2
2.13	Стратегия, планирование в сетевом маркетинге /Лек/	4	2	ПКС-4.2
2.14	Стратегия, планирование в сетевом маркетинге /Ср/	4	20	ПКС-4.2
2.15	Оценка Web-сервисов статистики посещений сайтов, их отличия и преимущества/Лаб/	4	2	ПКС-4.2
2.16	Оценка эффективности мероприятий сетевого маркетинга /Лек/	4	2	ПКС-4.2
	Celebrity –позиционирование на виртуальном рынке/Лаб/	4	2	ПКС-4.2
2.17	Составление аналитического отчета мероприятий сетевого маркетинга. /Лаб/	4	2	ПКС-4.2
2.18	Методы и особенности составления аналитического отчета мероприятий сетевого маркетинга. Оценка Web-сервисов статистики посещений сайтов, их отличия и преимущества /Ср/	4	40	ПКС-4.2
	Контактная работа при приеме зачёта /К/	4	0,15	ПКС-4.2

#### СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) (заочная форма)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Курс	Часов	Компетенции
	<b>Раздел 1. Введение в сетевой маркетинг</b>			
1.1	Сетевой маркетинг в современных условиях /Лек/	2	2	ПКС-4.2
1.2	Анализ специфики мероприятий сетевого маркетинга в различных странах /Лаб/	2	2	ПКС-4.2
1.3	Средства маркетинговых коммуникаций в сети Интернет /Ср/	2	4	ПКС-4.2
1.4	Преимущества поискового продвижения сайта. Перелинковка. Штрафные санкции поисковых систем в отношении сайтов /Ср/	2	4	ПКС-4.2
1.5	Составление структуры Web сайт компании. Разработка стратегии. PR-кампания в Интернете/Ср/	2	10	ПКС-4.2
1.6	Тренды в современном продвижении /Ср/	2	14	ПКС-4.2
	<b>Раздел 2. Основные компоненты сетевого маркетинга</b>			

2.1	Поисковое продвижение сайта (SEO) /Лек/	3	2	ПКС-4.2
2.2	Выбор инструментов продвижения в социальных сетях /Лаб/	3	2	ПКС-4.2
2.3	Социальные сети. Порталы и блоги /Лек/	3	2	ПКС-4.2
2.4	Технологии баннерной рекламы. /Ср/	3	4	ПКС-4.2
2.5	Лабораторные занятия: Разработка мероприятий по баннерной рекламе /Лаб/	3	2	ПКС-4.2
2.6	Контекстная реклама /Ср/	3	4	ПКС-4.2
2.7	Основные принципы работы аудиторией сайта. Классификация потребителей по отношению к интернет-проекту. /Лаб/	3	4	ПКС-4.2
2.8	Аудитория Интернета. Основные принципы работы с аудиторией сайта. /Ср/	3	6	ПКС-4.2
2.9	Реализация технологий сетевого маркетинга в кризисных ситуациях /Ср/	3	20	ПКС-4.2
2.10	Медиапланирование. Проблемы конверсии. Основные принципы генерации входящего трафика веб-сайта - таргетинг, коммунікейшн-микс, тайминг /Лаб/	3	2	ПКС-4.2
2.11	Медиапланирование. Анализ эффективности интернет-рекламы. Веб-аналитика. /Ср/	3	6	ПКС-4.2
2.12	Анализ спроса в сети Интернет. Web аналитика. Стратегическое планирование кампании и оценка трафика/Ср/	3	6	ПКС-4.2
2.13	Стратегия, планирование в сетевом маркетинге /Ср/	3	20	ПКС-4.2
2.14	Оценка Web-сервисов статистики посещений сайтов, их отличия и преимущества /Ср/	3	6	ПКС-4.2
2.15	Оценка эффективности мероприятий сетевого маркетинга /Ср/	3	6	ПКС-4.2
2.16	Celebrity-позиционирование на виртуальном рынке/Ср/	3	6	ПКС-4.2
	Составление аналитического отчета мероприятий сетевого маркетинга. /Ср/	3	4	ПКС-4.2
2.17	Методы и особенности составления аналитического отчета мероприятий сетевого маркетинга. Оценка Web-сервисов статистики посещений сайтов, их отличия и преимущества /Ср/	3	40	ПКС-4.2
	Контроль /К/	3	1,85	ПКС-4.2
	Контактная работа при приеме зачёта /К/	3	0,15	ПКС-4.2

Реализация программы предполагает использование традиционной, активной и интерактивной форм обучения на лекционных и лабораторных занятиях.

## 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

### Приложение №1

## 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

### 6.1. Рекомендуемая литература

#### 6.1. 1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Количество
<b>6.1.1. Основная литература</b>				
ЛП.1	Сафонова, Л. А.	Интернет-маркетинг: учебное пособие / Л. А. Сафонова, Г. Н. Смоловик, В. П. Королева. — Новосибирск: Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2019. — 80 с. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <a href="https://www.iprbookshop.ru/90586.html">https://www.iprbookshop.ru/90586.html</a>	Новосибирск: Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2019	Электронно-библиотечная система IPR BOOKS
ЛП.2	Катаев, А. В.	Интернет-маркетинг: учебное пособие / А. В. Катаев, Т. М. Катаева. — Ростов-на-Дону, Таганрог: Издательство Южного федерального университета, 2018. — 153 с. — ISBN 978-5-9275-2673-4. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <a href="https://www.iprbookshop.ru/87414.html">https://www.iprbookshop.ru/87414.html</a>	Ростов-на-Дону, Таганрог: Издательство Южного федерального университета, 2018.	Электронно-библиотечная система IPR BOOKS
ЛП.3	Бердышев, С. Н.	Информационный маркетинг: практическое пособие / С. Н. Бердышев. — 4-е изд. — Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2021. — 216 с. — ISBN 978-5-394-04004-7. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <a href="https://www.iprbookshop.ru/99365.html">https://www.iprbookshop.ru/99365.html</a>	Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2021.	Электронно-библиотечная система IPR BOOKS
ЛП.4	Ветцель, К. Я.	Интернет-маркетинг: учебное пособие / К. Я. Ветцель. — Красноярск: Сибирский федеральный университет, 2018. — 176 с. — ISBN 978-5-7638-4010-0. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <a href="https://www.iprbookshop.ru/100023.html">https://www.iprbookshop.ru/100023.html</a>	Красноярск: Сибирский федеральный университет, 2018.	Электронно-библиотечная система IPR BOOKS
<b>6.1.2. Дополнительная литература</b>				
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Количество
ЛД.1	Сухорукова, М. В.	Введение в предпринимательство для ИТ-проектов / М. В. Сухорукова, И. В. Тябин. — 3-е изд. — Москва: Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 123 с. — ISBN 978-5-4486-0510-9. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <a href="https://www.iprbookshop.ru/79703.html">https://www.iprbookshop.ru/79703.html</a>	Москва: Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Эр Медиа, 2019.	Электронно-библиотечная система IPR BOOKS
ЛД.2	Кучинский В.Ф.	Сетевые технологии обработки информации [Электронный ресурс]: учебное пособие/ В.Ф. Кучинский— Электрон. текстовые данные. — СПб.: Университет ИТМО, 2015.— 118 с.— Режим доступа: <a href="http://www.iprbookshop.ru/68119.html">http://www.iprbookshop.ru/68119.html</a> . — ЭБС «IPRbooks»	СПб.: Университет ИТМО 2015	Электронно-библиотечная система IPR BOOKS
ЛД.3	Зиангирова Л.Ф.	Сетевые технологии [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие/ Л.Ф. Зиангирова— Электрон. текстовые данные. — Саратов: Вузское образование, 2017.— 100 с.— Режим доступа: <a href="http://www.iprbookshop.ru/62065.html">http://www.iprbookshop.ru/62065.html</a> . — ЭБС «IPRbooks»	Саратов: Вузское образование 2017	Электронно-библиотечная система IPR BOOKS

Л.2.4	Семенов А.А.	Сетевые технологии и Интернет [Электронный ресурс]: учебное пособие/ А.А. Семенов— Электрон. текстовые данные. — СПб.: Санкт-Петербургский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ, 2017.— 148 с.— Режим доступа: <a href="http://www.iprbookshop.ru/66840.html">http://www.iprbookshop.ru/66840.html</a> . — ЭБС «IPRbooks»	СПб.: СПГАС 2017	Электронно-библиотечная система IPR BOOKS
Л.2.4	Медведева, М. А.	Электронный бизнес. Часть 1: учебное пособие / М. А. Медведева, М. А. Медведев; под редакцией Д. Б. Берг. — 108 с. — ISBN 978-5-7996-1793-6. — Текст: электронный // [сайт]. — URL: <a href="http://www.iprbookshop.ru/69764.html">http://www.iprbookshop.ru/69764.html</a>	Екатеринбург: Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2016	Электронно-библиотечная система IPR BOOKS
Л.2.5	Жданова, Т. С.	«Ленивый» маркетинг. Принципы пассивных продаж / Т. С. Жданова. — 4-е изд. — Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2021. — 147 с. — ISBN 978-5-394-04005-4. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <a href="https://www.iprbookshop.ru/99366.html">https://www.iprbookshop.ru/99366.html</a>	Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2021	Электронно-библиотечная система IPR BOOKS
Л.2.6	Щетинина Е. Д.	Маркетинг и менеджмент в условиях цифровизации экономики: монография / Е. Д. Щетинина, М. С. Старикова, Т. Н. Пономарева [и др.]; под редакцией Е. Д. Щетининой. — Белгород: Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, ЭБС АСВ, 2020. — 192 с. — ISBN 978-5-361-00864-3. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <a href="https://www.iprbookshop.ru/110209.html">https://www.iprbookshop.ru/110209.html</a>	Белгород: Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, ЭБС АСВ, 2020	Электронно-библиотечная система IPR BOOKS
Л.2.7	Сухорукова, М. В.	Предпринимательство в области мобильных приложений и облачных сервисов: учебное пособие / М. В. Сухорукова, И. В. Тябин. — 3-е изд. — Москва: Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Ар Медиа, 2021. — 43 с. — ISBN 978-5-4497-0941-7. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <a href="https://www.iprbookshop.ru/102046.html">https://www.iprbookshop.ru/102046.html</a>	Москва: Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Ар Медиа, 2021.	Электронно-библиотечная система IPR BOOKS
Л.2.8	Катаев, А. В.	Digital-маркетинг: учебное пособие / А. В. Катаев, Т. М. Катаева, И. А. Названова. — Ростов-на-Дону, Таганрог: Издательство Южного федерального университета, 2020. — 161 с. — ISBN 978-5-9275-3437-1. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <a href="https://www.iprbookshop.ru/100169.html">https://www.iprbookshop.ru/100169.html</a>	Ростов-на-Дону, Таганрог: Издательство Южного федерального университета, 2020.	Электронно-библиотечная система IPR BOOKS
Л.2.9	Бердышев, С. Н.	Секреты эффективной интернет-рекламы: практическое пособие / С. Н. Бердышев. — Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 121 с. — ISBN 978-5-394-01667-7. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <a href="https://www.iprbookshop.ru/75200.html">https://www.iprbookshop.ru/75200.html</a>	Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018.	Электронно-библиотечная система IPR BOOKS
Л.2.10	Сафонова, Л. А.	Интернет-маркетинг: учебное пособие / Л. А. Сафонова, Г. Н. Смоловик, В. П. Королева. — Новосибирск: Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2019. — 80 с. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <a href="https://www.iprbookshop.ru/90586.html">https://www.iprbookshop.ru/90586.html</a>	Новосибирск: Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2019.	Электронно-библиотечная система IPR BOOKS



Л2.11	Катаев, А. В.	Интернет-маркетинг: учебное пособие / А. В. Катаев, Т. М. Катаева. — Ростов-на-Дону, Таганрог: Издательство Южного федерального университета, 2018. — 153 с. — ISBN 978-5-9275-2673-4. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <a href="https://www.iprbookshop.ru/87414.html">https://www.iprbookshop.ru/87414.html</a>	Ростов-на-Дону, Таганрог: Издательство Южного федерального университета, 2018.	Электронно-библиотечная система IPR BOOKS
<b>6.1.3. Методические разработки</b>				
Л3.1				

## 6.2. Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем

1. Компьютерная информационно-правовая система «КонсультантПлюс»
2. Профессиональная справочная система «Техэксперт»
3. Официальный интернет-портал базы данных правовой информации <http://pravo.gov.ru/>
4. Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования <http://fgosvo.ru/>
5. Портал "Информационно-коммуникационные технологии в образовании" <http://www.ict.edu.ru/>
6. Web of Science Core Collection политематическая реферативно-библиографическая и наукометрическая (библиометрическая) база данных <http://www.webofscience.com>
7. Полнотекстовый архив «Национальный Электронно-Информационный Консорциум» (НЭИКОН) <https://neicon.ru/>
8. Базы данных издательства Springer <https://link.springer.com/>

## 6.3. Перечень программного обеспечения

1. Операционная система Microsoft Windows XP Professional Russian
2. Операционная система Microsoft Windows 7 Professional Russian
3. Операционная система Microsoft Windows 10 Professional Russian
4. Офисное программное обеспечение Microsoft Office 2010 Standart
5. Офисное программное обеспечение Microsoft Office 2013 Standart
6. Офисное программное обеспечение Microsoft Office 2016 Standart
7. Офисное программное обеспечение OpenOffice
8. Офисное программное обеспечение LibreOffice
9. Программа для распознавания текста ABBYY Fine Reader 11
10. Программа для просмотра PDF Foxit Reader
11. Интернет-браузеры

## 7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебная аудитория для проведения учебных занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации – 3-404

### Основное оборудование и технические средства обучения:

Специализированная мебель на 30 посадочных мест, доска настенная, рабочее место преподавателя.

28 компьютеров с выходом в локальную сеть и Интернет, электронным учебно-методическим материалам, библиотечному электронному каталогу, ЭБС, к электронной информационно-образовательной среде, киоск информационный сенсорный, мультимедийный проектор, экран.

### Учебно-наглядные пособия:

Информационно-тематический стенд

### Лицензионное программное обеспечение:

ОС Windows 10 (Контракт №52 01.08.2019 с Экстрим Комп). Срок действия лицензии – бессрочно.

### Лицензионное программное обеспечение отечественного производства:

Microsoft Office ProPlus 2019(Гос. контракт №8 от 16.04.2021 с ООО «+Альянс»). Срок действия лицензии – бессрочно.

Консультант Плюс (справочно-правовая система) (Гос. контракт №41 от 30.03.2018 с ООО Альянс. Срок действия лицензии – бессрочно.

### Свободно распространяемое программное обеспечение:

LibreOffice (свободно распространяемое ПО).

Яндекс.Браузер (свободно распространяемое ПО).

Учебная аудитория для проведения учебных занятий лекционного типа – 3-311

**Основное оборудование и технические средства обучения:**

Специализированная мебель на 32 посадочных места, доска настенная, кафедра, рабочее место преподавателя. 1 компьютер с выходом в локальную сеть и Интернет, электронным учебно-методическим материалам, библиотечному электронному каталогу, ЭБС, к электронной информационно-образовательной среде, интерактивный комплекс ACTIVboard +, средства звукопроизводства.

**Учебно-наглядные пособия:**

Информационно-тематический стенд

**Лицензионное программное обеспечение:**

ОС Windows 10 (Контракт №52 01.08.2019 с Экстрим Комп). Срок действия лицензии – бессрочно.

Microsoft Office Standard 2010 (Договор 14-0512 от 25.05.2012 с ООО Сити-Комп Групп). Срок действия лицензии – бессрочно.

**Лицензионное программное обеспечение отечественного производства:**

1С:Предприятие 8 (Лицензионный договор №21-03-26/01 от 26.03.2021 с ООО Верное решение). Срок действия лицензии – бессрочно.

Консультант Плюс (справочно-правовая система) (Гос. контракт №41 от 30.03.2018 с ООО Альянс. Срок действия лицензии – бессрочно.

**Свободно распространяемое программное обеспечение:**

Яндекс.Браузер (свободно распространяемое ПО).

Учебная аудитория для проведения учебных занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации – 302

**Основное оборудование и технические средства обучения:**

Специализированная мебель на 26 посадочных мест, доска настенная, рабочее место преподавателя.

8 компьютеров с выходом в локальную сеть и Интернет, электронным учебно-методическим материалам, библиотечному электронному каталогу, ЭБС, к электронной информационно-образовательной среде.

**Учебно-наглядные пособия:**

Информационно-тематический стенд

**Лицензионное программное обеспечение:**

ОС Windows 10 (Контракт №112 от 30.07.2015). Срок действия лицензии – бессрочно.

Microsoft Office Standard 2010 (Договор 14-0512 от 25.05.2012 с ООО Сити-Комп Групп). Срок действия лицензии – бессрочно.

Microsoft Visio 2010 (Гос. контракт №8 от 16.04.2021 с ООО «+Альянс»). Срок действия лицензии – бессрочно.

Microsoft Visual Studio 2010 (Гос. контракт №8 от 16.04.2021 с ООО «+Альянс»). Срок действия лицензии – бессрочно.

ArcGIS 10.2 (Договор 28/1/3 от 28.10.2013 с ООО ЭСРИ СНГ). Срок действия лицензии – бессрочно.

**Лицензионное программное обеспечение отечественного производства:**

КОМПАС-3D (Сублицензионный договор №МЦ-19-00205 от 07.05.2019 с АСКОН-ЦР). Срок действия лицензии – бессрочно.

CREDO III (Договор 485/12 от 05.09.2012 с ООО Кредо-Диалог). Срок действия лицензии – бессрочно.

Наш Сад 10 (Контракт №ССГ\_БР-542 от 04.10.2017 с ООО Сити-Комп Групп). Срок действия лицензии – бессрочно.

Консультант Плюс (справочно-правовая система) (Гос. контракт №41 от 30.03.2018 с ООО Альянс). Срок действия лицензии – бессрочно.

**Свободно распространяемое программное обеспечение:**

STADIA 8 Учебная (свободно распространяемое ПО).

QBasic (свободно распространяемое ПО).

PascalABC.NET (свободно распространяемое ПО).

QGIS (свободно распространяемое ПО).

Яндекс.Браузер (свободно распространяемое ПО).

Учебная аудитория для проведения учебных занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации – 3-306

**Основное оборудование и технические средства обучения:**

Специализированная мебель на 24 посадочных мест, доска настенная, рабочее место преподавателя.

13 компьютеров с выходом в локальную сеть и Интернет, электронным учебно-методическим материалам, библиотечному электронному каталогу, ЭБС, к электронной информационно-образовательной среде, мультимедийный проектор.

**Учебно-наглядные пособия:**

Информационно-тематический стенд

**Лицензионное программное обеспечение:**

ОС Windows 10 (Контракт №112 от 30.07.2015). Срок действия лицензии – бессрочно.

Microsoft Office ProPlus 2019 (Гос. контракт №8 от 16.04.2021 с ООО «+Альянс»). Срок действия лицензии – бессрочно.

ArcGIS 10.2 (Договор 28/1/3 от 28.10.2013 с ООО ЭСРИ СНГ). Срок действия лицензии – бессрочно.

Microsoft Visual Studio 2010 ((Гос. контракт №8 от 16.04.2021 с ООО «+Альянс»). Срок действия лицензии – бессрочно.

**Лицензионное программное обеспечение отечественного производства:**

CREDO III (Договор 485/12 от 05.09.2012 с ООО Кредо-Диалог). Срок действия лицензии – бессрочно.  
КОМПАС-3D (Сублицензионный договор №МЦ-19-00205 от 07.05.2019 с АСКОН-ЦР). Срок действия лицензии – бессрочно.

Наш Сад 10 (Контракт №СССГ\_БР-542 от 04.10.2017 с ООО Сити-Комп Групп). Срок действия лицензии – бессрочно.  
Консультант Плюс (справочно-правовая система) (Гос. контракт №41 от 30.03.2018 с ООО Альянс). Срок действия лицензии – бессрочно.

**Свободно распространяемое программное обеспечение:**

LibreOffice (свободно распространяемое ПО).  
GIMP (свободно распространяемое ПО).  
MetaTrader 4 (свободно распространяемое ПО).  
QGIS (свободно распространяемое ПО).  
Ramus Educational (свободно распространяемое ПО).  
StarUML (свободно распространяемое ПО).  
Bizagi Modeler (свободно распространяемое ПО).  
Figma (свободно распространяемое ПО).  
Яндекс.Браузер (свободно распространяемое ПО).

Учебная аудитория для проведения учебных занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации – 3-312

**Основное оборудование и технические средства обучения:**

Специализированная мебель на 24 посадочных мест, доска настенная, рабочее место преподавателя.  
12 компьютеров с выходом в локальную сеть и Интернет, электронным учебно-методическим материалам, библиотечному электронному каталогу, ЭБС, к электронной информационно-образовательной среде, мультимедийный проектор, экран.

**Учебно-наглядные пособия:**

Информационно-тематический стенд

**Лицензионное программное обеспечение:**

ОС Windows 10 (Контракт №52 01.08.2019 с Экстрим Комп). Срок действия лицензии – бессрочно.  
Microsoft Office Standard 2010 (Договор 14-0512 от 25.05.2012 с ООО Сити-Комп Групп). Срок действия лицензии – бессрочно.  
Microsoft Office Access 2010 (Гос. контракт №8 от 16.04.2021 с ООО «+Альянс»). Срок действия лицензии – бессрочно.  
Microsoft Visio 2010 (Гос. контракт №8 от 16.04.2021 с ООО «+Альянс»). Срок действия лицензии – бессрочно.  
Mathcad 15 M030 (Договор 06-1113 от 15.11.2013 с ООО Сити-Комп Групп). Срок действия лицензии – бессрочно.

**Лицензионное программное обеспечение отечественного производства:**

1С:Предприятие 8 (Лицензионный договор 2205 от 17.06.2015 с ООО Верное решение). Срок действия лицензии – бессрочно.  
КОМПАС-3D (Сублицензионный договор №МЦ-19-00205 от 07.05.2019 с АСКОН-ЦР). Срок действия лицензии – бессрочно.  
Project Expert Tutorial (Договор 0313/ПП-06 от 24.10.2012 с ООО Сити-Комп Групп). Срок действия лицензии – бессрочно.  
DA Standard (Регистрационный №410224 от 21.06.1999 с Контекст). Срок действия лицензии – бессрочно.  
Консультант Плюс (справочно-правовая система) (Гос. контракт №41 от 30.03.2018 с ООО Альянс). Срок действия лицензии – бессрочно.

**Свободно распространяемое программное обеспечение:**

STADIA 8 Учебная (свободно распространяемое ПО).  
Figma (свободно распространяемое ПО).  
Яндекс.Браузер (свободно распространяемое ПО).

Учебная аудитория для проведения учебных занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации – 3-313

**Основное оборудование и технические средства обучения:**

Специализированная мебель на 22 посадочных мест, доска настенная, рабочее место преподавателя.  
11 компьютеров с выходом в локальную сеть и Интернет, электронным учебно-методическим материалам, библиотечному электронному каталогу, ЭБС, к электронной информационно-образовательной среде.

**Учебно-наглядные пособия:**

Информационно-тематические стенды

**Лицензионное программное обеспечение:**

ОС Windows 10 (Контракт №083 от 05.02.2013). Срок действия лицензии – бессрочно.  
Microsoft Office Standard 2010 (Договор 14-0512 от 25.05.2012 с ООО Сити-Комп Групп). Срок действия лицензии – бессрочно.  
Mathcad 15 M030 (Договор 06-1113 от 15.11.2013 с ООО Сити-Комп Групп). Срок действия лицензии – бессрочно.  
Microsoft Office Access 2010 (Гос. контракт №8 от 16.04.2021 с ООО «+Альянс»). Срок действия лицензии – бессрочно.  
Microsoft Visio 2010 (Гос. контракт №8 от 16.04.2021 с ООО «+Альянс»). Срок действия лицензии – бессрочно.

**Лицензионное программное обеспечение отечественного производства:**

1С:Предприятие 8, 1С: Документооборот ПРОФ (Лицензионный договор 2205 от 17.06.2015 с ООО Верное решение).

Срок действия лицензии – бессрочно.

Консультант Плюс (справочно-правовая система) (Гос. контракт №41 от 30.03.2018 с ООО Альянс). Срок действия лицензии – бессрочно.

**Свободно распространяемое программное обеспечение:**

Figma (свободно распространяемое ПО).

Ramus Educational (свободно распространяемое ПО).

Яндекс.Браузер (свободно распространяемое ПО).

Учебная аудитория для проведения учебных занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации – 3-317

**Основное оборудование и технические средства обучения:**

Специализированная мебель на 26 посадочных мест, доска настенная, рабочее место преподавателя.

8 компьютеров с выходом в локальную сеть и Интернет, электронным учебно-методическим материалам, библиотечному электронному каталогу, ЭБС, к электронной информационно-образовательной среде.

**Лицензионное программное обеспечение:**

OS Windows 10 (Контракт №0327100004513000065\_45788 от 28.01.2014). Срок действия лицензии – бессрочно.

Microsoft Office Standard 2016 (Договор Tr000128244 от 12.12.2016 с ООО СофтЛайн Трейд). Срок действия лицензии – бессрочно.

Mathcad 15 M030 (Договор 06-1113 от 15.11.2013 с ООО Сити-Комп Групп). Срок действия лицензии – бессрочно.

Microsoft Office Access 2010 (Гос. контракт №8 от 16.04.2021 с ООО «+Альянс»). Срок действия лицензии – бессрочно.

Microsoft Visio 2010 (Гос. контракт №8 от 16.04.2021 с ООО «+Альянс»). Срок действия лицензии – бессрочно.

Microsoft Project 2010 (Гос. контракт №8 от 16.04.2021 с ООО «+Альянс»). Срок действия лицензии – бессрочно.

Pinnacle Studio 17 (Контракт 172 от 28.12.2014 с ООО АльтА плюс ООО). Срок действия лицензии – бессрочно.

**Лицензионное программное обеспечение отечественного производства:**

Консультант Плюс (справочно-правовая система) (Гос. контракт №41 от 30.03.2018 с ООО Альянс). Срок действия лицензии – бессрочно.

**Свободно распространяемое программное обеспечение:**

Vizagi Modeler (свободно распространяемое ПО).

Ramus Educational (свободно распространяемое ПО).

QBasic (свободно распространяемое ПО).

PascalABC.NET (свободно распространяемое ПО).

Figma (свободно распространяемое ПО).

Яндекс.Браузер (свободно распространяемое ПО).

Помещения для самостоятельной работы:

Читальный зал научной библиотеки.

**Основное оборудование и технические средства обучения:**

Специализированная мебель на 100 посадочных мест, доска настенная, кафедра, рабочее место преподавателя.

15 компьютеров с выходом в локальную сеть и Интернет, электронным учебно-методическим материалам, библиотечному электронному каталогу, ресурсам ЭБС, к электронной информационно-образовательной среде.

**Лицензионное программное обеспечение:**

OS Windows 10 (Договор 15948 от 14.11.2012). Срок действия лицензии – бессрочно.

**Лицензионное программное обеспечение отечественного производства:**

Консультант Плюс (справочно-правовая система) (Гос. контракт №41 от 30.03.2018 с ООО Альянс). Срок действия лицензии – бессрочно.

**Свободно распространяемое программное обеспечение:**

LibreOffice (свободно распространяемое ПО).

Яндекс.Браузер (свободно распространяемое ПО).

**Второе помещение**

Помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования - 3-315, 3-303.

Оснащены специализированной мебелью (столы, стулья, шкафы с инструментами для ремонта и профилактического обслуживания учебного оборудования)

## **8. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ И ИНВАЛИДОВ**

- для слепых и слабовидящих:
  - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
  - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением, или могут быть заменены устным ответом;
  - обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;
  - для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;

- письменные задания оформляются увеличенным шрифтом;
- экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.
- для глухих и слабослышащих:
  - лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
  - письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
  - экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
  - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
  - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением;
  - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих:
  - в печатной форме увеличенным шрифтом;
  - в форме электронного документа;
  - в форме аудиофайла.
- для глухих и слабослышащих:
  - в печатной форме;
  - в форме электронного документа.
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
  - в печатной форме;
  - в форме электронного документа;
  - в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих:
  - электронно-оптическое устройство доступа к информации для лиц с ОВЗ предназначено для чтения и просмотра изображений людьми с ослабленным зрением.
  - специализированный программно-технический комплекс для слабовидящих. (аудитория 1-203)
- для глухих и слабослышащих:
  - автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих;
  - акустический усилитель и колонки;

- индивидуальные системы усиления звука

«ELEGANT-R» приемник 1-сторонней связи в диапазоне 863-865 МГц

«ELEGANT-T» передатчик

«Easy speak» - индукционная петля в пластиковой оплетке для беспроводного подключения устройства к слуховому аппарату слабослышащего

Микрофон петличный (863-865 МГц), Hengda

Микрофон с оголовьем (863-865 МГц)

- групповые системы усиления звука

- Портативная установка беспроводной передачи информации.

- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
  - передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1;
  - компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

## ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по дисциплине  
Сетевой маркетинг

### 1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Направление подготовки: 09.03.03 Прикладная информатика

Профиль Программно-технические средства информатизации

Дисциплина: Сетевой маркетинг

Форма промежуточной аттестации: зачёт

### 2. ПЕРЕЧЕНЬ ФОРМИРУЕМЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ И ЭТАПЫ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ

#### 2.1. Компетенции, закреплённые за дисциплиной ОПОП ВО.

Изучение дисциплины «Сетевой маркетинг» направлено на формирование следующих компетенций:

#### профессиональных компетенций (ПК):

**ПКС-4.** Способен использовать и развивать методы научных исследований и инструментарий в области проектирования и управления информационными системами в прикладных областях  
**ПКС-4.2.** Выполняет организационное и технологическое обеспечение инженерно-технической поддержки подготовки и согласования коммерческого предложения с заказчиком

#### 2.2. Процесс формирования компетенций по дисциплине

«Сетевой маркетинг»

№ раздела	Наименование раздела	3.1	У.1	Н.1
1.	Раздел 1. Введение в сетевой маркетинг	+	+	+
2.	Раздел 2. Основные компоненты сетевого маркетинга	+	+	+

Сокращение: З. - знание; У. - умение; Н. - навыки.

#### 2.3. Структура компетенций по дисциплине Сетевой маркетинг

Знать (3.1)		Уметь (У.1)		Владеть (Н.1)	
основы организационного и технологического обеспечения коммерческого предложения с заказчиком интернет-услуги	Лекции раздела №1-2	использовать современные методы и инструментальные средства управления информационными системами в социальных сетях	Лаб. и сам. раб раздела №1-2	навыками организационного и технологического инженерно-технической поддержки подготовки и согласования коммерческого предложения с заказчиком интернет-услуги	Лаб. и самостоятельные работы раздела №1-2

### 3. ПОКАЗАТЕЛИ, КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ КОМПЕТЕНЦИЙ И ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ

#### 3.1. Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации дисциплины

**Карта оценочных средств промежуточной аттестации дисциплины, проводимой в форме зачёта**

№ п/п	Раздел дисциплины	Контролируемые дидактические единицы (темы, вопросы)	Контролируемые компетенции	Оценочное средство (№ вопроса)
1	Раздел 1. Введение в сетевой маркетинг	<p>Сетевой маркетинг в современных условиях.</p> <p>Анализ специфики мероприятий сетевого маркетинга в различных странах.</p> <p>Средства маркетинговых коммуникаций в сети Интернет.</p> <p>Преимущества поискового продвижения сайта. Перелинковка. Штрафные санкции поисковых систем в отношении сайтов.</p> <p>Составление структуры Web сайт компании. Разработка стратегии. PR-кампания в Интернете.</p> <p>Тренды в современном продвижении.</p>	ПКС-4.2	Вопрос на зачёте 1-8
2	Раздел 2. Основные компоненты сетевого маркетинга	<p>Поисковое продвижение сайта (SEO)</p> <p>Выбор инструментов продвижения в социальных сетях</p> <p>Социальные сети. Порталы и блоги</p> <p>Технологии баннерной рекламы.</p> <p>Лабораторные занятия: Разработка мероприятий по баннерной рекламе</p> <p>Контекстная реклама</p> <p>Основные принципы работы аудиторией сайта. Классификация потребителей по отношению к интернет-проекту.</p> <p>Аудитория Интернета. Основные принципы работы с аудиторией сайта.</p> <p>Реализация технологий сетевого маркетинга в кризисных ситуациях</p> <p>Медиапланирование. Проблемы конверсии. Основные принципы генерации входящего трафика веб-сайта - таргетинг, коммуникейшн-микс, тайминг.</p> <p>Медиапланирование. Анализ эффективности интернет-рекламы. Веб-аналитика</p> <p>Анализ спроса в сети Интернет. Web аналитика. Стратегическое планирование кампании и оценка трафика/</p> <p>Стратегия, планирование в сетевом маркетинге.</p> <p>Стратегия, планирование в сетевом маркетинге.</p> <p>Оценка Web-сервисов статистики посещений сайтов, их отличия и преимущества</p> <p>Оценка эффективности мероприятий сетевого маркетинга</p>	ПКС-4.2	Вопрос на зачёте 9-55



		<p>Celebrity –позиционирование на виртуальном рынке.</p> <p>Составление аналитического отчета мероприятий сетевого маркетинга.</p> <p>Методы и особенности составления аналитического отчета мероприятий сетевого маркетинга. Оценка Web-сервисов статистики посещений сайтов, их отличия и преимущества.</p>		
--	--	---	--	--

### **Перечень вопросов к зачёту по дисциплине «Сетевой маркетинг»**

- 1 Понятие сетевого маркетинга.
- 2 Создание рекламной кампании в сети Интернет.
- 3 Специфика мероприятий Сетевого маркетинга в России.
- 4 Средства интернет-коммуникации.
- 5 PR-кампания в Интернете.
- 6 Интерактивный Интернет маркетинг: приложения и игры, ролики.
- 7 Понятие контекстной рекламы.
- 8 Тренды в современном продвижении.
- 9 Расчет эффективности контекстной рекламной кампании.
- 10 Понятие поискового продвижения сайта.
11. Поисковая оптимизация.
- 12 Понятие и сущность социальной сети.
- 13 Интеграция сайта с социальными сетями.
- 14 Разработка маркетинговой стратегии в сети Интернет.
- 15 Стратегическое планирование кампании и оценка трафика.
- 16 Составление прогноза бюджета мероприятий сетевого маркетинга.
- 17 Понятие эффективности мероприятий сетевого маркетинга.
- 18 Пост-клик анализ рекламной кампании.
- 19 Особенности оценки эффективности контекстной рекламы.
- 20 Особенности оценки эффективности поисковой оптимизации сайтов
- 21 Рекламная кампания в сети Интернет
- 22 Место и роль мероприятий сетевого маркетинга в рекламной деятельности российских и иностранных предприятий.
- 23 Создание рекламной кампании в сети Интернет.
- 24 Специфика мероприятий сетевого маркетинга в России.
- 25 Средства интернет-коммуникации.
- 26 Отличительные особенности средств маркетинговых коммуникаций от традиционных.
- 27 Интерактивный Интернет маркетинг.
- 28 Вирусный маркетинг.
- 29 Сущность и преимущества контекстной рекламы.
- 30 Стратегии ведения контекстной рекламной кампании.
- 31 Место контекстной рекламы в сетевом маркетинге.
- 32 Рынок контекстной рекламы.
- 33 Создание и настройка объявлений в Яндекс Директ, GoogleAdwords.
- 34 Сервисы контекстной рекламы.
- 35 Сущность поискового продвижения сайта.
- 36 Внутренние факторы, влияющие на продвижение сайта.
- 37 Подбор ключевых запросов.
- 38 Поисковая оптимизация.
- 39 Преимущества поискового продвижения сайта.
- 40 Перелинковка.
- 41 Штрафные санкции поисковых систем в отношении сайтов.
- 42 Сущность социальной сети.
- 43 Стратегия продвижения в социальных сетях.
- 44 Интеграция сайта с социальными сетями.
- 45 Основные отличия российских и иностранных социальных сетей на примере Facebook, Twitter, Вконтакте, Одноклассники.
- 46 Инструменты продвижения в социальных сетях
- 47 Маркетинговая стратегия в сети Интернет.
- 48 Составление прогноза бюджета мероприятий Сетевого маркетинга.
- 49 Анализ спроса в сети Интернет.
- 50 Web аналитика.
- 51 Стратегическое планирование кампании и оценка трафика.

- 52 Эффективность мероприятий Сетевого маркетинга.  
 53 Особенности оценки эффективности контекстной рекламы и поисковой оптимизации сайтов.  
 54 Аналитический отчет мероприятий Сетевого маркетинга.  
 55 Webсервисы статистики посещений сайтов: отличия и преимущества.

### Критерии оценки компетенций.

Промежуточная аттестация обучающихся по дисциплине «Сетевой маркетинг» проводится в соответствии с Уставом Университета, Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по программам ВО. Промежуточная аттестация по дисциплине «Сетевой маркетинг» проводится в соответствии с рабочим учебным планом в 4 семестре в форме экзамена по очной форме обучения, на 3 курсе по заочной форме обучения.

Обучающиеся допускаются к зачёту по дисциплине в случае выполнения им учебного плана по дисциплине: выполнения всех заданий и мероприятий, предусмотренных рабочей программой дисциплины.

### Оценивание студента на зачёте

Оценка знаний студента на зачете носит комплексный характер и определяется его:

- ответом на зачете
- результатами промежуточной аттестации;
- прохождением итогового теста

Знания, умения, навыки студента на зачете оцениваются оценками: «зачтено», «не зачтено».

### Критерии оценки на зачете

<u>Результат зачета</u>	<u>Критерии</u>
<u>«зачтено»</u>	<u>Обучающийся показал знания основных положений учебной дисциплины, умение решать конкретные практические задачи, предусмотренные рабочей программой, ориентироваться в рекомендованной справочной литературе, умеет правильно оценить полученные результаты расчетов или эксперимента</u>
<u>«не зачтено»</u>	<u>При ответе обучающегося выявились существенные пробелы в знаниях основных положений учебной дисциплины, неумение с помощью преподавателя получить правильное решение конкретной практической задачи из числа предусмотренных рабочей программой учебной дисциплины</u>

### 3.2. Оценочные средства для проведения текущего контроля знаний по дисциплине

#### Карта оценочных средств текущего контроля знаний по дисциплине

№ п/п	Раздел дисциплины	Контролируемые дидактические единицы (темы, вопросы)	Контролируемые компетенции	Оценочное средство
1	Раздел 1. Введение в сетевой маркетинг	Сетевой маркетинг в современных условиях. Анализ специфики мероприятий сетевого маркетинга в различных странах. Средства маркетинговых коммуникаций в сети Интернет. Преимущества поискового продвижения сайта. Перелинковка. Штрафные санкции поисковых систем в отношении сайтов. Составление структуры Web сайт компании. Разработка стратегии. PR-кампания в Интернете. Тренды в современном продвижении.	ПКС-4.2	Опросы Отчеты по лабораторным работам Отчеты по результатам выполнения самостоятельной работы
	Раздел 2. Основные компоненты сетевого маркетинга	Поисковое продвижение сайта (SEO) Выбор инструментов продвижения в социальных сетях Социальные сети. Порталы и блоги	ПКС-4.2	Опросы Отчеты по лабораторным работам

		<p>Технологии баннерной рекламы.          Лабораторные занятия: Разработка мероприятий по баннерной рекламе          Контекстная реклама          Основные принципы работы аудиторией сайта. Классификация потребителей по отношению к интернет-проекту.          Аудитория Интернета. Основные принципы работы с аудиторией сайта.          Реализация технологий сетевого маркетинга в кризисных ситуациях          Медиапланирование. Проблемы конверсии. Основные принципы генерации входящего трафика веб-сайта - таргетинг, коммуникейшн-микс, тайминг.          Медиапланирование. Анализ эффективности интернет-рекламы. Веб-аналитика          Анализ спроса в сети Интернет. Web аналитика. Стратегическое планирование кампании и оценка трафика/          Стратегия, планирование в сетевом маркетинге.          Стратегия, планирование в сетевом маркетинге.          Оценка Web-сервисов статистики посещений сайтов, их отличия и преимущества          Оценка эффективности мероприятий сетевого маркетинга          Celebrity –позиционирование на виртуальном рынке.          Составление аналитического отчета мероприятий сетевого маркетинга.          Методы и особенности составления аналитического отчета мероприятий сетевого маркетинга. Оценка Web-сервисов статистики посещений сайтов, их отличия и преимущества.</p>		<p>Отчеты по результатам выполнения самостоятельной работы</p>
--	--	--	--	--

### Примерные тестовые задания для промежуточной аттестации и текущего контроля знаний

1. Как расшифровывается аббревиатура PPC, обозначающая тип рекламы?

**Ответ:**

- (1) Parish Pastoral Council
- (2) **Pay Per Click**
- (3) Public Policy Center
- (4) Public Power Corporation
- (5) Peer-to-Peer Computing

2. Укажите все верные высказывания

**Ответ:**

- (1) Интернет-маркетинг – включает комплекс мер в среде интернет по развитию бизнеса
- (2) Интернет-маркетинг – включает комплекс мер по привлечению и удержанию клиентов посредством интернета
- (3) Интернет-маркетинг включает комплекс мер по исследованию интернета для оценки и анализа рынков — с помощью онлайн-опросов
- (4) Интернет-маркетинг – это область знания на стыке маркетинга и информационных технологий
- (5) Интернет-маркетинг один из синонимов понятия "электронная коммерция"

3. Как расшифровывается аббревиатура SEM, часто используемая в интернет-маркетинге?

**Ответ:**

- (1) Search-Engine Marketing
- (2) Structural Equation Modeling
- (3) Space Environment Monitor
- (4) Software Engineering and Middleware
- (5) Security Engineered Machinery

4. Укажите все верные высказывания

**Ответ:**

- (1) Сплит тестирование – это один из инструментов интернет-маркетинга
- (2) Сплит тестирование позволяет сравнить контрольный образец с множеством вариаций для того, чтобы найти лучший
- (3) Сплит тестирование – синоним термина " А/В-тестирование"
- (4) Сплит тестирование может быть использовано для выбора лучших вариантов веб-страниц, элементов интерфейса, наименований товара
- (5) Сплит тестирование – синоним термина " PPC"

5. Поисковая система Google

- (1) была создана в период 1970 – 1980 гг.
- (2) была создана в период 1980 – 1990 гг.
- (3) была создана в период 1990 – 2000 гг.
- (4) была создана в период 2000 – 2005 гг.
- (5) была создана в период 2005 – 2010 гг.

6. Протокол http

**Ответ:**

- (1) был создан в период 1975 – 1980 гг.
- (2) был создан в период 1980 – 1995 гг.
- (3) был создан в период 1995 – 2005 гг.
- (4) был создан в период 2000 – 2005 гг.
- (5) был создан в период 2005 – 2010 гг.

7. Укажите все верные высказывания в отношении электронной коммерции из нижеперечисленных

**Ответ:**

- (1) Эволюция электронной коммерции идет от навязывания товара к поддержке запросов от клиентов
- (2) Эволюция электронной коммерции идет от анализа информации заявленной клиентом к анализу профиля поведения и покупок клиента
- (3) Хостинг систем электронной коммерции все больше реализуется в форме SaaS
- (4) Эволюция систем электронной коммерции сопровождается постоянным ростом маржи

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

**Ответ:**

- (1) Интранет - это сеть, построенная на технологии интернет для использования внутренними сотрудниками
- (2) Интранет это сеть, построенная на технологии интернет для предоставления части информации и приложений партнерам компании
- (3) Интранет - это основной источник информации о конкурентах
- (4) Интранет - это сеть, предоставляющая доступ к правительственным архивам

9. Укажите все верные высказывания в отношении понятия "экстранет"

**Ответ:**

- (1) Экстранет - это сеть, построенная на технологии интернет для использования внутренними сотрудниками
- (2) Экстранет - это сеть, построенная на технологии интернет для предоставления части информации и приложений партнерам компании
- (3) Экстранет - это основной источник информации о конкурентах
- (4) Экстранет - это основной источник информации о конкурентах

10. Укажите все верные высказывания в отношении баннерной рекламы

**Ответ:**

- (1) Баннерная реклама (Banner Ads)—это графическое изображение, являющееся гиперссылкой на сайт рекламодателя
- (2) Баннерная реклама может содержать анимированные, звуковые и видео элементы
- (3) Баннерная реклама состоит из набора рекламных объявлений, сгруппированных по тематическим категориям
- (4) Баннерная реклама гарантирует, что URL рекламодателя будет индексирован поисковой машиной

11. Укажите все верные высказывания в отношении видеорекламы

**Ответ:**

- (1) Видеореклама может демонстрироваться в баннере
- (2) Видеореклама может демонстрироваться перед основным видеоконтентом
- (3) Видеореклама может демонстрироваться после основного видеоконтента
- (4) Видеореклама может демонстрироваться в контексте содержимого страницы
- (5) Доля видеорекламы в интернет рекламе постоянно падает

12. Укажите все верные высказывания, относящиеся к рекламе в виде спонсорства

**Ответ:**

- (1) Спонсорство (Sponsorship) — это обеспечение материальной или информационной поддержки в обмен на рекламу

- (2) Спонсорство (Sponsorship) состоит из набора рекламных объявлений, сгруппированных по тематическим категориям
- (3) Спонсорство (Sponsorship) гарантирует, что URL рекламодателя будет индексирован поисковой машиной.
- (4) Спонсорство (Sponsorship) эволюционирует от навязывания товара к поддержке запросов от клиентов

13. Классифайд (Classified) — это

**Ответ:**

**(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

14. Как называется совокупность действий по представлению витрины и раскладке товаров?

**Ответ:**

- (1) интернет-маркетинг
- (2) мерчендазинг**
- (3) хостинг
- (4) ретаргетинг

15. Какой рынок наибольший из перечисленных ниже?

**Ответ:**

- (1) Рынок услуг интерактивной рекламы**
- (2) Рынок услуг интернет рекламы
- (3) Рынок услуг web-рекламы
- (4) Рынок услуг мобильной рекламы

16. Укажите все верные высказывания в отношении мобильного маркетинга из нижеперечисленных

**Ответ:**

- (1) Мобильный маркетинг может осуществляться на базе SMS-сообщений**
- (2) Мобильный маркетинг может осуществляться на базе мобильного веб-контента**
- (3) Мобильный маркетинг может осуществляться на базе мобильной дисплейной рекламы**
- (4) Мобильный маркетинг может осуществляться на базе рекламы в мобильных приложениях**
- (5) Мобильный маркетинг может осуществляться на базе рекламы в скачиваемых материалах**

17. Укажите все верные высказывания из нижеперечисленных

**Ответ:**

- (1) Маркетинг в социальных медиа может осуществляться за счет размещения рекламы в соц-сетях**
- (2) Маркетинг в социальных медиа может осуществляться на основе участия в блогах**
- (3) Маркетинг в социальных медиа может осуществляться на основе участия в микроблогах**
- (4) Маркетинг в социальных медиа может осуществляться на основе участия в Википедии**
- (5) Маркетинг в социальных медиа может осуществляться на основе размещения рекламы на радио**

18. Основные достоинства телевидения как рекламной площадки включают (Укажите все верные высказывания)

**Ответ:**

- (1) Широкий охват**
- (2) Профессиональная съемка и озвучка**
- (3) Низкая стоимость одного контакта**
- (4) Стоимость вхождения
- (5) Возможности таргетинга

19. Укажите все верные высказывания

**Ответ:**

- (1) Достоинства Интернета как рекламной площадки включают быстрый отклик со стороны потенциальных клиентов**
- (2) Достоинства Интернета как рекламной площадки включают возможность отслеживания взаимодействия клиентов с рекламными материалами**
- (3) Достоинства Интернета как рекламной площадки включают контроль за тратами на рекламную кампанию**
- (4) Достоинства Интернета как рекламной площадки включают высокий уровень таргетинга**
- (5) Достоинства Интернета как рекламной площадки включают максимально широкий охват всех возрастных аудиторий**

20. Как называется сервис контекстной рекламы Google?

**Ответ:**

- (1) iTunes
- (2) Amazon
- (3) Ozon
- (4) Adwords**

21. Какие сервисы принадлежат компании Google?

**Ответ:**

- (1) YouTube**
- (2) AdWords**
- (3) AdSense**
- (4) iAd

22. Рекламные агентства осуществляют следующие виды деятельности. Укажите все правильные ответы.

**Ответ:**

- (1) планирование и подготовку рекламной кампании в целом
  - (2) подготовка маркетинговой концепции клиентов
  - (3) составление медиапланов
  - (4) отслеживание рекламной кампании в Интернете
  - (5) поддержкой ИТ-инфраструктуры клиентов
23. Медиаселлеры – это

**Ответ:**

- (1) компании, специализирующиеся на продаже рекламных площадей
  - (2) компании, специализирующиеся в области сплит тестирования
  - (3) компании, специализирующиеся в области поддержкой ИТ-инфраструктуры клиентов
  - (4) компании, специализирующиеся в области предоставлении услуг хостинга
24. К сервисам контекстной рекламы относятся

**Ответ:**

- (1) Google Adwords
- (2) Yandex Direct
- (3) Begun
- (4) Icq
- (5) Gmail

### **Критерии оценки тестовых заданий**

**Пример оценки тестовых заданий может определяться по формуле:**

$$O_{ц.тестир} = \frac{\text{Число правильных ответов}}{\text{Всего вопросов в тесте}} * 4 \quad (3)$$

Где  $O_{ц.тестир}$ , - оценка за тестирование. Оценка за тест используется как составная общей оценки за курс, как указано в примере п.3.1.