

Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего образования  
Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова  
Высшая школа современных социальных наук (факультет)

Утверждаю

Директор

ВШССН (факультета)

МГУ имени М.В.Ломоносова

академик Г.В.Осипов

\_\_\_\_\_ 20\_ г.



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**  
**«Оценка результатов интернет маркетинга и КРП»**  
для магистров по направлению подготовки:

38.04.02 «Менеджмент»

Направленность (профиль) подготовки: «Цифровой маркетинг»

Форма обучения: очная

Программа одобрена на заседании Ученого совета ВШССН  
2020 года, протокол № 6

Москва, 2022

Рабочая программа дисциплины (модуля) разработана в соответствии с самостоятельно установленным МГУ образовательным стандартом для реализуемых основных профессиональных образовательных программ высшего образования по направлению подготовки (специальности) 38.04.02. «Менеджмент».

ОС МГУ утвержден решением Ученого совета МГУ имени М.В. Ломоносова от 27 июня 2011 года, протокол № 3, введен в действие приказом ректора МГУ имени М.В. Ломоносова от 22 июля 2011 года № 729.

Год (годы) приема на обучение \_\_\_\_\_

**1. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО:** относится к уточняющим предметам. Данная дисциплина предусмотрена учебным планом в 3 семестре, на 2 курсе.

**2. Входные требования для освоения дисциплины (модуля) включают в себя освоение следующих дисциплин:**

- «Интернет-маркетинг»;
- «Интеллектуальный анализ данных»;
- «Управление электронным бизнесом»

**3. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с требуемыми компетенциями выпускников.**

Компетенции выпускников (коды)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с компетенциями
<p>Способность решать профессиональные задачи на основе знания экономической, организационной и управленческой теории, инновационных подходов, обобщения и критического анализа практик управления (ОПК-5)</p>	<p><b>Знать:</b> - основные понятия и законы экономики и особенности действия экономических законов в различных сферах деятельности; - основы организационных подходов и управленческих теорий; - сущность инновационных подходов и методы критического анализа к решению профессиональных задач; - возможности использования экономических и управленческих знаний в профессиональной деятельности (ОПК-5)  <b>Уметь:</b> - применять знания экономической, организационной и управленческой теории для решения профессиональных задач; - применять знания инновационных подходов, обобщения и критического анализа для решения профессиональных задач (ОПК-5)  <b>Владеть:</b> - навыками решения профессиональных задач на основе знаний (на продвинутом уровне) экономической, организационной и управленческой теории; - способностью применять инновационные подходы, обобщения и методы критического анализа в профессиональной деятельности (ОПК-5)</p>
<p>Способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения (ПК-4);</p>	<p><b>Знать:</b> количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения; (ПК-4);  <b>Уметь:</b> использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения; (ПК-4);  <b>Владеть:</b> количественными и качественными методами для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения; (ПК-4);</p>
<p>знания и умения в области контроллинга маркетинговых</p>	<p><b>Знать:</b> методологию и методы контроллинга маркетинговых решений. (СПК-11);</p>

решений, позволяющие отслеживать их эффективность (СПК-11)	<b>Уметь:</b> использовать теоретические и эмпирические знания для применения контроллинга маркетинговых решений и отслеживать их эффективность. (СПК-11); <b>Владеть:</b> способностью выявлять и обосновывать значимы маркетинговые проблемы для осуществления их контроллинга. (СПК-11);
--	--

**4. Объем дисциплины (модуля) составляет 3 з.е., в том числе 54 академических часа, отведенных на контактную работу обучающихся с преподавателем, 54 академических часов на самостоятельную работу обучающихся.**

**5. Формат обучения: очный.**

**6. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и виды учебных занятий**

Наименование и краткое содержание разделов и дисциплины (модуля),  Форма промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)	Всего (часы)	В том числе			Самостоятельная работа обучающегося, часы  Форма текущего контроля успеваемости (опрос, тестирование, коллоквиум, контрольная работа, реферат и т.п.)
		Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем) Виды контактной работы, часы		Всего	
		Занятия лекционного типа*	Занятия семинарского		
Тема 1. Введение в интернет-маркетинг и его роль	8	4	2	6	Устный опрос, рефераты, доклады 2
Тема 2. Современные направления и инструменты развития маркетинга	8	2	2	4	Устный опрос, выполнение практических заданий 4
Тема 3. Особенности управления электронной коммерцией в различных сферах бизнеса	8	2	2	4	Устный опрос, рефераты, доклады, дискуссия 4
Тема 4. Продвижение в закрытых интернетсистемах.	8	2	2	4	Устный опрос 4
Тема 5. Интернетаналитика.	8	2	2	4	Устный опрос, выполнение практических заданий

					4
Тема 6. Веб-аналитика и анализ эффективности рекламных кампаний	8	2	2	4	Устный опрос, выполнение практических заданий 4
Тема 7. Управление проектами в интернет-маркетинг	8	2	2	4	Устный опрос, выполнение практических заданий 4
Тема 8. Social media marketing и таргетированная реклама	8	2	2	4	Устный опрос, выполнение практических заданий, доклады 4
Тема 9. Основные инструменты анализа.	8	2	2	4	Устный опрос, дискуссия, выполнение практических заданий 4
Тема 10. Метрики интернет-маркетинга	8	2	2	4	Устный опрос, выполнение практических заданий 4
Тема 11. Оценка эффективности и результативности цифрового маркетинга	8	2	2	4	Устный опрос, выполнение практических заданий, доклады 4
Тема 12. KPI, измерения метрик	8	2	2	4	Выполнение практических заданий, доклады 4
Тема 13. Оптимизация для социальных сетей	8	2	2	4	Устный опрос, выполнение практических заданий 4
Итоговая форма контроля					4
<b>Итого</b>	<b>108</b>	<b>54</b>			<b>54</b>

### Содержание разделов дисциплины

#### Тема 1. Введение в интернет-маркетинг и его роль

Роль и место интернет-маркетинга в общей маркетинговой политике компании. Стратегия системного интернет-маркетинга и алгоритм ее разработки. Бизнес и цели и задачи

компании. Позиционирование компании. Уникальное торговое предложение продуктов/услуг.

## **Тема 2. Современные направления и инструменты развития маркетинга**

Эволюция маркетинга: основные концепции. Направления развития маркетинга товаров и услуг: нейромаркетинг; интернет-маркетинг; сенсорный, вирусный, экологический, латеральный, когнитивный маркетинг и др. Инструменты маркетинга вовлечения в условиях цифровой экономики. Практика организации маркетинга: международный и современный российский опыт. Основные задачи и принципы деятельности маркетинговых подразделений современной организации. Элементы комплекса маркетинга: товар; цена; распределение; продвижение, их взаимосвязь. Факторы, влияющие на выбор оптимальной структуры комплекса маркетинга. Принципы разработки комплекса маркетинга, его содержание и социально-экономическое значение. Управление эффективными продажами товаров и услуг в условиях цифровой экономики.

## **Тема 3. Особенности управления электронной коммерцией в различных сферах бизнеса**

Отраслевые особенности цифровизации организаций/предприятий. Особенности управления электронной коммерцией в туризме, в торговле, в сфере общественного питания, в сфере банковских услуги в др. Программа дисциплины "Управление электронным бизнесом и электронной коммерцией"; 38.04.02 "Менеджмент". Страница 5 из 10. Управление инфраструктурой электронной коммерции. Управление электронными очередями. Дайджест прессы. Дискуссионная лекция с разбором видеокейсов, элементами мастер-классов экспертов и специалистов

## **Тема 4. Интернет-реклама**

Планирование Web-сайта. Реализация Web-сайта. Привлечение пользователей на Web-сайт. Подведение итогов на основе сравнения полученных результатов с запланированными по установленным ранее критериям. Основные понятия SEO. Алгоритмы работы поисковых систем. Разработка SEO friendly сайта. Семантическое ядро сайта. Внутренняя оптимизация

## **Тема 5. Интернетаналитика**

## **Тема 6. Веб-аналитика и анализ эффективности рекламных кампаний**

Задачи и возможности веб-аналитики. Обзор и сравнительный анализ инструментов веб-аналитики. Виды способов сбора данных. Настройка целей и анализ конверсий. Использование Google Analytics для анализа эффективности рекламных кампаний. Карта кликов от Яндекс.Метрики

## **Тема 7. Управление проектами в интернет-маркетинг**

Этапы разработки проектов в интернете. Особенности выбора поставщиков. Виды систем управления сайтом. Usability тестирование. Варианты хостинга. Разработка прототипов корпоративного сайта. Создание диаграмм поведения пользователей в сети.

## **Тема 8. Social media marketing и таргетированная реклама**

Маркетинг в социальных сетях. Основные задачи и преимущества SMM. Рекламные возможности Twitter. Рекламные возможности Vkontakte. Таргетированная реклама. Рекламные возможности Facebook. Таргетированная реклама

## **Тема 9. Цифровая экономика и индустрия 4.0: тенденции и перспективы развития электронного бизнеса и электронной коммерции**

Мировые тренды развития цифровой экономики. Вызовы эпохи мобильного интернета и мобильной коммерции. Дальнейшая интеграция информационных технологий в управление офлайн-компаниями и онлайн-компаниями. Управление цепями поставок (SCM). Развитие виртуальных бирж. E-Правительство. Sharing Economy: новая модель совместного потребления. BIG DATA как инструмент клиентономики. Индустрия 4.0: Интернет вещей (IoT), виртуальная и дополненная реальность (VR и AR), роботизация, Multi-D принтеры.

## **Тема 10. Метрики интернет-маркетинга**

Маркетинговые метрики позволяют увидеть кампанию в цифрах и нужны для дальнейшего анализа и отчетности. CTR (Click-Through Rate) — показатель кликабельности: стоимость клика, доход с каждого клика. Метрики для оценки лидогенерации. Стоимость целевого действия на сайте и в социальных сетях. Коэффициент конверсий. Коэффициент возврата маркетинговых инвестиций. Доля рекламных расходов. Жизненная ценность клиента.

## **Тема 11. Оценка эффективности и результатов интернет-маркетинга**

Показатели эффективности Digital-маркетинга, определяемые поисковыми системами. Исследования механизмов определения основных показателей эффективности и результативности Digital-маркетинга в ходе процесса поисковой оптимизации и продвижения сайта: индекс цитируемости; взвешенный индекс цитирования; тематический индекс цитирования; PageRank; посещаемость сайта. Показатели эффективности интернет-рекламы. Удельная «стоимость» одного действия пользователя, совершенного на сайте рекламодателя благодаря размещаемой рекламе; отношение количества посетителей, принявших нужное рекламодателю решение к общему числу посетивших сайт пользователей; удельная «стоимость» одной покупки, совершенной пользователем на сервере рекламодателя благодаря размещенной рекламодателем рекламе; «стоимость» одного посетителя сервера рекламодателя; отношение количества кликов по рекламному объявлению/баннеру к числу показов рекламного объявления /баннера, выраженное в процентах; отношение покупателей товара/услуги или пользователей сервисов данного сайта по отношению ко всем посетителям вебстраницы. Виды рисков в цифровом маркетинге: правовые, информационной безопасности, контентные, коммуникационные, репутационные, потребительские. Методы управления рисками в цифровом маркетинге.

## **Тема 12. KPI, измерения метрик**

В зависимости от целей контекстной рекламы для оценки ее эффективности используются разные метрики и KPI. Метрики — это показатели, которые мы получаем из систем аналитики. Например, это клики по объявлениям, конверсии, отказы и др. KPI (Key Performance Indicator) — ключевой показатель достижения успеха, для расчета которого используется метрика. Основное отличие KPI от метрик заключается в том, что они всегда выражаются в процентах. Это позволяет сравнивать KPI вашей компании со средними показателями по рынку и делать выводы об эффективности бизнес-процессов. Если метрики эффективности выделены верно, то они позволяют объективно оценить компанию как для корректировки стратегии развития, так и для предоставления необходимой информации потенциальным инвесторам. Однако метрики KPI необходимо подбирать для каждой компании отдельно: то, что хорошо работает для устойчивого бизнеса, который находится на рынке десятки лет, может совершенно не подходить для стартапа.

## **Тема 13. Оптимизация для социальных сетей**

PR в Интернете. Методы создания виртуального сообщества интернет-проекта. История возникновения и сущность SMO. Самооптимизация. Закладки (букмаркинг). Правила создания контента – стимуляция внимания, стимуляция общения.



### **Планы семинарских занятий:**

**Занятие 1. Семинар - развернутая беседа на тему: «Сервисы и ресурсы Интернет. Сущность и инструменты Интернет-маркетинга. Портрет интернет-аудитории»**

**Цель семинарского занятия:** изучить понятия маркетинга, инструменты и составление портрета интернет-аудитории

**Задачи семинарского занятия:**

- Ориентироваться в многообразии подходов к определению понятия «интернет-маркетинг»
- Знать основные теории изучения интернет-маркетинга
- Понимать сущность понятий «портрет интернет-аудитории». Выявить роль конфликтов в жизни общества

**Задания для самостоятельной работы:**

Подготовить рефераты №№ 12-16

**Литература основная:** №№ 1-4

**Литература дополнительная:** №№ 1-15

**Занятие 2. Семинар - проектного задания «Разработка уникального торгового предложения (УТП) нового товара. Продвижение нового товара (услуги) с применением современных маркетинговых инструментов».**

**Цель семинарского занятия:** разработать уникальное торговое предложение нового товара

**Задачи семинарского занятия:**

- Изучить структуру составления УТП
- Изучить и сравнить методы создания УТП
- Изучить современные маркетинговые инструменты

**Задания для самостоятельной работы:**

Подготовить рефераты №№ 1-3,7

**Литература основная:** №№ 1-4

**Литература дополнительная:** №№ 1-15

**Занятие 3. Семинар – круглый стол на тему: «Управление электронной коммерцией и ее особенности»**

**Цель семинарского занятия:** рассмотреть особенности управления электронной коммерцией

**Задачи семинарского занятия:**

- Выявить особенности электронной коммерцией
- Распределить отличительные черты электронной коммерции в различных нишах

**Вопросы для обсуждения:**

1. Отраслевые особенности цифровизации предприятий
2. Разработка типологии управления электронной коммерцией
3. Разбор видеокейсов

**Задания для самостоятельной работы:**

Подготовить рефераты №№ 12-15, 21-22

**Литература основная:** №№ 1-4

**Литература дополнительная: №№ 1-15**

**Занятие 4. Семинар – практическое задание: «Создание и презентация сайта».**

**Цель семинарского занятия:** применить теоретические знания на практике

Создание одностраничного сайта на Wix.ru - зарегистрироваться на сайте Wix.ru - выбрать шаблон лендинга; - создать контент; - опубликовать сайт.

**Задачи семинарского занятия:**

- Создать сайт
- Презентовать сайт

**Задания для самостоятельной работы:**

Подготовить рефераты №№ 1-11

**Литература основная: №№ 1-4**

**Литература дополнительная: №№ 1-15**

**Занятие 5. Семинар – дискуссия на тему: «Типология конфликтов».**

**Цель семинарского занятия:** рассмотреть существующие типологии конфликтов.

**Задачи семинарского занятия:**

- Проанализировать природу конфликта
- Проанализировать сущность конфликта
- Выделить основные составляющие конфликта

**Практическое задание:**

Вашему вниманию предлагается две типологии конфликтов отечественных конфликтологов - Э. А. Уткина и А. Я. Анцупова и А. И. Шипилова. Цель задания — сравнить их между собой и дать свою оценку каждой из них. Попробуйте проанализировать достоинства и недостатки (если они имеются) каждой из типологий.

**Задания для самостоятельной работы:**

Подготовить рефераты №№ 1-9, 16

**Литература основная: №№ 1-4**

**Литература дополнительная: №№ 1-15**

**Занятие 6. Семинар – работа с учебным руководством Google analytics IQ**

**Цель семинарского занятия:** изучить возможности аналитики рекламных компаний с помощью google-метрик

**Задачи семинарского занятия:**

На сайте <https://support.google.com> Сформировать : отчеты по аудитории, по источникам трафика, отчет "Карта целей", отчеты по электронной коммерции

**Задания для самостоятельной работы:**

Подготовить рефераты №№ 1-4

**Литература основная: №№ 1-4**

**Литература дополнительная: №№ 1-15**

**Занятие 7. Семинар – дискуссия на тему управления проектами в интернет-маркетинге**

**Цель семинарского занятия:** рассмотреть существующие кейсы

**Практическое задание:**

Описать один отечественный или зарубежный электронный магазин. В описании раскрыть следующие вопросы:

- Адрес магазина в Интернет, наименование, в каком городе расположен, ассортимент;
- Как устроена витрина магазина
- Тематическая организация каталогов товара
- Система навигации по сайту
- Отбор товаров в пользовательскую корзину.
- Оформление заказа.
- Оплата заказа.

**Задания для самостоятельной работы:**

Подготовить рефераты №№ 1-4, 15-20

**Литература основная:** №№ 1-4

**Литература дополнительная:** №№ 1-15

**Занятие 8. Семинар – примеры принципов работы роботов социальных сетей. Боты.**

**Рассылки.**

**Цель семинарского занятия:** изучить принципы роботов социальных сетей

**Задачи семинарского занятия:**

- Определить роботов социальных сетей
- Сравнить их в действии
- Изучить принципы работы ботов и рассылок

**Вопросы для обсуждения:**

1. Как применять рассылку в интернет-рекламе?
2. Может ли применение ботов навредить электронному бизнесу?

**Задания для самостоятельной работы:**

Подготовить рефераты №№ 1-4, 18-20

**Литература основная:** №№ 1-4

**Литература дополнительная:** №№ 1-15

**Занятие 9. Семинар – круглый стол на тему: «Цифровая экономика, тенденции и перспективы».**

**Цель семинарского занятия:** изучить мировые тренды развития цифровой экономики

**Задачи семинарского занятия:**

- Обсудить развитие цифровой экономики
- Сравнение эпох мобильного интернета и мобильной коммерции
- Составить типологию управленческого поведения целями поставок SCM

**Задания для самостоятельной работы:**

Подготовить рефераты №№ 1-11, 16-20

**Литература основная:** №№ 1-4

**Литература дополнительная:** №№ 1-15

**Занятие 10. Семинар – разбор кейсов «Анализ метрики рекламных компаний».**

**Задачи семинарского занятия:**

- Проанализировать, и сравнить различные метрики

**Практическое задание:**

Разбор кейсов

**Цели:** отработать умение продуктивно действовать и эффективно анализировать рекламные компании

**Задание:** разделить на группы и провести анализ метрик различных компаний. Просмотреть все основные показатели, сравнить стоимость кликов и лидогенерацию.

**Задания для самостоятельной работы:**

Подготовить рефераты №№ 1-11, 16-20

**Литература основная:** №№ 1-4

**Литература дополнительная:** №№ 1-15

**Занятие 11. Семинар** – практическое задание «Анализ эффективности продвижения сайта в поисковых системах»

**Цель семинарского занятия:** научиться совершать анализ эффективности продвижения сайтов в поисковых системах

**Задачи семинарского занятия:**

- Разобрать кейсы рекламных компаний
- Составить типологию способов продвижения сайтов в поисковых системах
- Проанализировать ошибки, совершенные компаниями при продвижении

**Литература основная:** №№ 1-4

**Литература дополнительная:** №№ 1-15

**Занятие 12. Семинар** – практическое задание «Анализ показателей КРІ»

**Цель семинарского занятия:** выявить значение КРІ и влияние метрик на показатели

**Задачи семинарского занятия:**

- Проанализировать кейсы рекламных компаний по показателям метрик
- Составить таблицу КРІ на основе полученных данных
- Подготовить рефераты №№ 2-3, 6-8

**Литература основная:** №№ 1-4

**Литература дополнительная:** №№ 1-15

**Занятие 13. Семинар** – Особенности чёрного и белого PR в Интернете. Политический PR в Интернете. Вирусные посты.

**Цель семинарского занятия:** проанализировать особенности черного и белого пиара. Разобраться в типологии вирусного контента

**Задачи семинарского занятия:**

- Определить особенности и отличия черного и белого PR в интернете
- Анализ способов политического пиара в интернете
- Изучить типологию вирусного контента, в форме постинга

**Задания для самостоятельной работы:** Низкобюджетный PR. Коммуникационные, информационные и коммерческие методы создания виртуального сообщества интернет-проекта для решения проблемы удержания посетителей

Подготовить рефераты №№ 1-22

Литература основная: №№ 1-4

Литература дополнительная: №№ 1-15

**7. Фонд оценочных средств для оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю)**

РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ по дисциплине (модулю)		Виды оценочных средств	ШКАЛА И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТА ОБУЧЕНИЯ по дисциплине (модулю)			
			2	3	4	5
<b>Знать</b>	- основные понятия и законы экономики и особенности действия экономических законов в различных сферах деятельности; основы организационных подходов и управленческих теорий; сущность инновационных подходов и методы критического анализа к решению профессиональных задач; - возможности использования экономических и управленческих знаний в профессиональной деятельности <b>(ОПК-5)</b> ;	Реферат №: 1, 2, 3, 5 Практические задания: деловая игра	Отсутствие знаний	Фрагментарные знания	Общие, но не структурированные знания	Сформированные систематические знания
	- количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения <b>(ПК-4)</b> ;	Реферат №: 1, 2, 10, 13 Практические задания: 1	Отсутствие знаний	Фрагментарные знания	Общие, но не структурированные знания	Сформированные систематические знания
	- методологию и методы контроллинга маркетинговых решений <b>(СПК-11)</b> ;	Реферат №: 4, 6, 7 Практические задания: деловая игра	Отсутствие знаний	Фрагментарные знания	Общие, но не структурированные знания	Сформированные систематические знания
	- применять знания	Реферат №: 8,	Отсутствие	Фрагмен	Общие,	Сформир

<b>Уметь</b>	экономической, организационной и управленческой теории для решения профессиональных задач; применять знания инновационных подходов, обобщения и критического анализа для решения профессиональных задач <b>(ОПК-5)</b> ;	9 Практические задания: деловая игра.	ие знаний	тарные знания	но не структурированные знания	анные систематические знания
	- использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения <b>(ПК-4)</b> ;	Реферат №: 11, 12, 20, Практические задания: деловая игра	Отсутствие знаний	Фрагментарные знания	Общие, но не структурированные знания	Сформированные систематические знания
	- использовать теоретические и эмпирические знания для применения контроллинга маркетинговых решений и отслеживать их эффективность <b>(СПК-11)</b> ;	Реферат №: 13, 14. Практические задания: деловая игра	Отсутствие знаний	Фрагментарные знания	Общие, но не структурированные знания	Сформированные систематические знания
<b>Владеть</b>	- навыками решения профессиональных задач на основе знаний (на продвинутом уровне) экономической, организационной и управленческой теории; - способностью применять инновационные подходы, обобщения и методы критического анализа в профессиональной деятельности <b>(ОПК-5)</b> ;	Реферат №: 3, 4, 8, 15 Практические задания: деловая игра	Отсутствие знаний	Фрагментарные знания	Общие, но не структурированные знания	Сформированные систематические знания
	- количественными и качественными	Реферат №: 5,7, 16, 17	Отсутствие знаний	Фрагментарные	Общие, но не	Сформированные

методами для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения; (ПК-4);	Практические задания: деловая игра		знания	структурированные знания	систематические знания
- способностью выявлять и обосновывать значимы маркетинговые проблемы для осуществления их контроллинга (СПК-11);	Реферат №: 21-26 Практические задания: 2	Отсутствие знаний	Фрагментарные знания	Общие, но не структурированные знания	Сформированные систематические знания

### Оценочные средства, необходимые для оценки результатов обучения.

#### Темы рефератов по дисциплине «Оценка результатов интернет маркетинга и КРІ»

1. Понятие, сущность и особенности интернет-маркетинга в условиях рыночной экономики.
2. Маркетинговые исследования и их значение в рыночной экономике.
3. Правила проведения маркетинговых исследований в области интернета
4. Анкета и ее анализ.
5. Принципы и функции интернет-маркетинга.
6. Интернет-маркетинг
7. Составляющие рынка интернет-маркетинга
8. Конкурентоспособность товара.
9. Ассортимент и его характеристики.
10. Система формирования спроса.
11. Система стимулирования спроса на рынке.
12. Конкуренция и ее виды.
13. Сегментация и ее характеристика.
14. Позиционирование товара на рынке.
15. Жизненный цикл товара.
16. КРІ – основные показатели
17. Метрики для измерения показателей успешности проведения рекламных компаний в интернете
18. Разработка SEO -friendly сайта.
19. Виды интернет-рекламы.
20. Сервисы контекстной рекламы. Анализ эффективности контекстной рекламы.
21. Медиапланирование в Интернет. Критерии выбора рекламных носителей
22. Оценка эффективности рекламной кампании.
23. SMM. Методы и стратегии.
24. Сравнительная характеристика социальных сетей в Рунете. Особенности продвижения в социальных сетях.
25. PR в интернет.
26. Модели электронного бизнеса и их характеристика

### **Практические задания**

1. Составить программу действия рекламной компании в интернете в различных соц. сетях
2. Проанализировать кейс проведения рекламной компании

### **ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

#### **СТУДЕНТОВ:**

#### **Тестовые задания для проведения промежуточной аттестации по дисциплине**

1. Такие показатели, как ..., относятся к качественным показателям целевого рынка
  - +структура потребностей клиентов
  - темпы изменения рынка
  - объем рынка
  - +способы получения информации потребителем
2. В ряду ключевых параметров эффективности маркетинговых коммуникаций - ...
  - +создание коммуникационного сообщения
  - +планирование каналов передачи информации и эффективности сообщения
  - повышение качества
3. Концепция маркетинга «Интенсификация коммерческих усилий» заключается в том, что основные усилия сосредоточены на ...
  - совершенствовании производства
  - сфере сбыта и стимулирования клиентов
  - +установлении нужд, потребностей и интересов целевых рынков и обеспечении желаемой
  - +удовлетворенности с одновременным сохранением или укреплением благополучия потребителя и общества в целом
4. Стадия жизненного цикла продукта, на которой проводится распродажа и уход с рынка, -«...»
  - внедрение зрелость
  - +спад
5. Стратегия «дифференцирование» (по М. Портеру) – это ...
  - +уникальность на массовом рынке
  - самая низкая себестоимость на массовом рынке работа в нише
6. Итогом сегментации рынка можно считать ...
  - +целевые сегменты
  - план продаж оценку рынка
  - основные предложения по доработке
7. Стратегия функционального специалиста – это ...
  - стратегия, предполагающая большой ассортимент товаров на различных рынках, не связанный между собой
  - стратегия специалиста, стремящегося к высокой доле рынка в четко определенной нише
  - +стратегия, предполагающая специализацию на одной функции, но при этом обслуживается
  - + широкий спектр клиентов



8. В медиаплане компании обычно расписывают ...

- +мероприятия по продвижению
- +календарный график
- целевую аудиторию
- +бюджет

9. Существуют такие способы изменения цены, как ...

- +изменение количества товара или услуги, [предоставляемой продавцом](#)
- +изменение качества предоставляемого товара или услуги
- +изменение скидок и наценок, применяемых при разном объеме покупки
- +изменение формы оплаты
- рост издержек
- рост прибыли

10. К стратегиям по матрице И. Ансоффа относят ...

- +разработку товара
- +диверсификацию агрессивный рост

11. Стратегия позиционирования «характеристики и атрибуты» – это стратегия, ...

- +которая базируется на определенном образе, стиле жизни потребителей
- согласно которой покупатель приобретает продукт не с целью потребления, а с целью решения определенной проблемы которая фокусируется на отличительных свойствах марочного товара

12. К ценности для потребителя относятся такие факторы, как ...

- +ценность продукта
- +ценность сопутствующих услуг
- затраты времени
- +ценность персонала
- денежные затраты

13. Концепция маркетинга «Совершенствование товара» заключается в том, что основные усилия сосредоточены на ...

- повышении эффективности системы распределения
- +постоянном совершенствовании товара
- сфере сбыта и стимулирования клиентов
- определении нужд и потребностей целевых рынков и на обеспечении желаемой удовлетворенности

14. Концепция целевого маркетинга заключается в том, что основные усилия сосредоточены на ...

- +совершенствовании производства
- постоянном совершенствовании товара
- определении нужд и потребностей целевых рынков и обеспечении желаемой удовлетворенности
- установлении нужд, потребностей и интересов целевых рынков и обеспечении желаемой
- удовлетворенности с одновременным сохранением или укреплением благополучия потребителя и общества в целом

15. Для стратегического планирования необходим ... вид анализа

- Логистический
- +внутренний
- +внешний

## Примерные вопросы к итоговой аттестации по дисциплине

1. Сеть Интернет как среда маркетинга.
2. Уникальность свойств и характеристик сети Интернет.
3. Место Интернет-маркетинга в деятельности компании.
4. Интернет как новый инструмент маркетинга.
5. Принципы этичного маркетинга в сети Интернет.
6. Проблемы и перспективы развития сети Интернет.
7. Понятие веб-сайта предприятия. Его структура.
8. Цели и задачи, стоящие перед веб-сайтом предприятия.
9. Роль службы маркетинга при создании веб-сайта предприятия.
10. Структурирование целевых аудиторий.
11. Создание четкого УТП с помощью веб-сайта.
12. Роль посредников при создании сайта предприятия.
13. Порядок оптимизации сайта предприятия.
14. Сферы применения поискового маркетинга.
15. Составление семантического ядра сайта.
16. Непоисковое продвижение.
17. Системы интернет-статистики. Показатели характеризующие эффективность продвижения сайта предприятия в сети Интернет.
18. Преимущества электронной почты.
19. Условия использования инструментов e-mail маркетинга: структура и содержание договоров, ценовая политика.
20. Требования к построению электронных сообщений.

## Учебно-методические рекомендации для обеспечения самостоятельной работы

Самостоятельная работа обеспечивает подготовку студента к текущим аудиторным занятиям и контрольным мероприятиям. Самостоятельная работа включает: проработку конспекта лекций и учебной литературы, поиск (подбор) и обзор литературы, электронных источников информации по индивидуально заданной проблеме курса, а также выполнение домашнего задания или домашней контрольной работы, выдаваемых на практических занятиях.

Одним из важных методов самостоятельной работы студента является работа с научной литературой. При работе с книгой необходимо подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги. Важно помнить, что рациональные навыки работы с книгой позволяют экономить время и повышают продуктивность. Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу.

Основные *приемы* можно свести к следующим:

- составить перечень книг, с которыми следует познакомиться;
- перечень должен быть систематизированным (что необходимо для семинаров, экзаменов, что пригодится для написания курсовых и дипломных работ, а что

выходит за рамками официальной учебной деятельности и расширяет общую культуру);

- обязательно выписывать все выходные данные по каждой книге (при написании курсовых и дипломных работ это позволит экономить время);
- определить, какие книги (или какие главы книг) следует прочитать более внимательно, а какие – просто просмотреть;
- все прочитанные книги, учебники и статьи следует конспектировать, но это не означает, что надо конспектировать «все подряд»: можно выписывать кратко основные идеи автора и иногда приводить наиболее яркие и показательные цитаты (с указанием страниц);
- если книга – собственная, то допускается делать на полях книги краткие пометки или же в конце книги, на пустых страницах просто сделать свой «предметный указатель», где отмечаются наиболее интересные мысли и обязательно указываются страницы в тексте автора;
- следует выработать способность «воспринимать» сложные тексты; для этого лучший прием – научиться «читать медленно», когда понятно каждое прочитанное слово (а если слово незнакомое, то либо с помощью словаря, либо с помощью преподавателя обязательно его узнать);

Таким образом, чтение научного текста является частью познавательной деятельности. Ее цель – извлечение из текста необходимой информации. От того насколько осознанна читающим собственная внутренняя установка при обращении к печатному слову (найти нужные сведения, усвоить информацию полностью или частично, критически проанализировать материал и т.п.) во многом зависит эффективность осуществляемого действия.

Грамотная работа с научной литературой, предполагает соблюдение ряда правил. Прежде всего, при такой работе необходимо сознательное усвоение прочитанного, осмысление его, стремление дойти до сути, невозможен формальный, поверхностный подход, механическое заучивание, простое накопление цитат, выдержек. При работе над книгой требуется определенная последовательность.

Вначале следует ознакомиться с оглавлением, содержанием предисловия или введения. Это дает общую ориентировку, представление о структуре и вопросах, которые рассматриваются в книге. Следующий этап – чтение. Первый раз целесообразно прочитать книгу с начала до конца, чтобы получить о ней цельное представление. При повторном чтении происходит постепенное глубокое осмысление каждой главы, критического материала и позитивного изложения; выделение основных идей, системы аргументов, наиболее ярких примеров и т.д. Непременным правилом чтения должно быть выяснение незнакомых слов, терминов, выражений, неизвестных имен, названий. Важная роль принадлежит библиографической подготовке студентов. Она включает в себя умение активно, быстро пользоваться научным аппаратом книги, справочными изданиями, каталогами, умение вести поиск необходимой информации, обрабатывать и систематизировать ее.

В рамках учебной деятельности основным для студентов является изучающее чтение – оно позволяет в работе с учебной литературой накапливать знания. Кроме того, при овладении данным видом чтения формируются основные приемы, повышающие эффективность работы с научным текстом.

Научная методика работы с литературой предусматривает также ведение записи прочитанного. Это позволяет привести в систему знания, полученные при чтении, сосредоточить внимание на главных положениях, зафиксировать, закрепить их в памяти, а при необходимости вновь обратиться к ним.

Одной из форм обучения студентов, направленных на организацию и повышение уровня их самостоятельной работы, а также на усиление контроля за этой работой является написание реферата.

Целью написания реферата является приобретение навыков самостоятельной работы с литературой с тем, чтобы на основе их анализа и обобщения студенты могли делать собственные выводы теоретического и практического характера, обосновывая их соответствующим образом.

**Реферат** более объемный вид самостоятельной работы студента, содержащий информацию, дополняющую и развивающую основную тему, изучаемую на аудиторных занятиях. Ведущее место занимают темы, представляющие профессиональный интерес, несущие элемент новизны. Реферативные материалы должны представлять письменную модель первичного документа – научной работы, монографии, статьи. Реферат может включать обзор нескольких источников и служить основой для доклада на определенную тему на семинарах, конференциях.

Регламент озвучивания реферата – 7-10 мин.

Слово "реферат" (от латинского – *referre* – докладывать, сообщать) означает сжатое изложение в устной или письменной форме содержания какого-либо вопроса или темы на основе критического обзора информации.

При подготовке реферата необходимо соблюдать следующие правила. Определить идею и задачу реферата. Следует помнить, что реферат будут читать другие. Поэтому постоянно задавайте себе вопрос, будет ли понятно написанное остальным, что интересного и нового найдут они в работе.

Ясно и четко сформулировать тему или проблему. Она не должна быть слишком общей.

Найти нужную литературу по выбранной теме. Составить перечень литературы, которая обязательно должна быть прочитана.

После предварительной подготовки следует приступить к написанию реферата. Прежде всего, составить план, выделить в нем части.

Введение, в котором раскрывается цель и задачи сообщения; здесь необходимо сформулировать социальную или политическую проблему, которая будет проанализирована в реферате, изложить своё отношение к ней, то есть мотивацию выбора; определить особенность постановки данной проблемы авторами изученной литературы; объяснить актуальность и социальную значимость выбранной темы.

Основная часть. Разделы, главы, параграфы основной части должны быть направлены на рассмотрение узловых моментов в теме реферата. Изложение содержания изученной литературы предполагает его критическое осмысление, глубокий логический анализ.

Каждый раздел основной части реферата предполагает детальное изучение отдельного вопроса темы и последовательное изложение структуры текстового материала с обязательными ссылками на первоисточник. В целом, содержание основной части должно отражать позиции отдельных авторов, сравнительную характеристику этих позиций, выделение узловых вопросов дискурса по выбранной для исследования теме.

Студент должен показать свободное владение основными понятиями и категориями авторского текста. Для лучшего изложения сущности анализируемого материала можно проиллюстрировать его таблицами, графиками, сравнением цифр, цитатами.

Заключение. В заключении автор реферата должен сформулировать личную позицию в отношении изученной проблемы и предложить, может быть, свои способы её решения. Целесообразно сделать общие выводы по теме реферата и ещё раз отметить её актуальность и социальную значимость.

Список использованных источников и литературы.

Начать реферат можно с изложения яркого, впечатляющего факта, который требует пояснения. Далее изложение должно идти от простого – к сложному. Не останавливайтесь

на подробностях. Главное требование к реферату - максимум пользы для читателя при минимуме информации.

В зависимости от содержания и назначения в учебном процессе рефераты можно подразделить на две основные группы (типы): научно-проблемные и обзорно-информационные.

*Научно-проблемный реферат.* При написании такого реферата студент должен изучить и кратко изложить имеющиеся в литературе суждения по определенному, спорному в теории, вопросу (проблеме) по данной изучаемой теме, высказать по этому вопросу (проблеме) собственную точку зрения с соответствующим ее обоснованием.

На основе написанных рефератов возможна организация «круглого стола» студентов данной учебной группы. В таких случаях может быть поставлен доклад студента, реферат которого преподавателем признан лучшим, с последующим обсуждением проблемы всей группой студентов.

*Обзорно-информационный реферат.* Разновидностями такого реферата могут быть: 1) краткое изложение основных положений той или иной книги, монографии, другого издания (или их частей: разделов, глав и т.д.) как правило, только что опубликованных, содержащих материалы, относящиеся к изучаемой теме по курсу дисциплины. По рефератам, содержание которых может представлять познавательный интерес для других студентов, целесообразно заслушивать в учебных группах сообщения их авторов; 2) подбор и краткое изложение содержания статей по определенной проблеме (теме, вопросу), опубликованных в различных журналах за тот или иной период, либо в сборниках («научных трудах», «ученых записках» и т.д.). Такой реферат может рассматриваться и как первоначальный этап в работе по теме курсовой работы.

Темы рефератов определяются преподавателем, ведущим занятия в студенческой группе. Литература либо рекомендуется преподавателем, либо подбирается студентом самостоятельно, что является одним из элементов самостоятельной работы.

Объем реферата должен быть в пределах 15-20 страниц машинописного текста через 1,5 интервала. При оформлении реферата необходимо ориентироваться на правила, установленные для оформления курсовых работ.

Написание реферата и его защита перед преподавателем или группой предполагает, что студент должен знать правила написания и оформления реферата, а также уметь подготовить сообщение по теме своего реферата, быть готовым отвечать на вопросы преподавателя и студентов по содержанию реферата.

*Роль студента:* написание реферата имеет особенности, касающиеся: выбора литературы (основной и дополнительной); изучения информации (уяснение логики материала источника, выбор основного материала, краткое изложение, формулирование выводов); оформления реферата согласно установленной форме.

*Критерии оценки:*

- актуальность темы;
- соответствие содержания теме;
- глубина проработки материала;
- грамотность и полнота использования источников;
- соответствие оформления реферата требованиям.

Важной частью самостоятельной работы студента является написание эссе.

*Эссе* - это прозаическое сочинение небольшого объема и свободной композиции, выражающее индивидуальные впечатления и соображения по конкретному поводу или вопросу и заведомо не претендующее на определяющую или исчерпывающую трактовку предмета.

Цель эссе состоит в развитии таких навыков, как самостоятельное творческое мышление и письменное изложение собственных мыслей. Написание эссе позволяет автору научиться четко и грамотно формулировать мысли, структурировать информацию, использовать основные понятия, выделять причинно-следственные связи, иллюстрировать опыт соответствующими примерами, аргументировать свои выводы.

Структура эссе определяется предъявляемыми к нему требованиями:

1. мысли автора эссе по проблеме излагаются в форме кратких тезисов.
2. мысль должна быть подкреплена доказательствами - поэтому за тезисом следуют аргументы.

Аргументы - это факты, явления общественной жизни, события, жизненные ситуации и жизненный опыт, научные доказательства, ссылки на мнение ученых и др. Лучше приводить два аргумента в пользу каждого тезиса: один аргумент кажется неубедительным, три аргумента могут "перегрузить" изложение, выполненное в жанре, ориентированном на краткость и образность.

Таким образом, эссе приобретает кольцевую структуру (количество тезисов и аргументов зависит от темы, избранного плана, логики развития мысли):

- вступление
- тезис, аргументы
- тезис, аргументы
- тезис, аргументы
- заключение.

При написании эссе важно также учитывать следующие моменты:

1. Вступление и заключение должны фокусировать внимание на проблеме (во вступлении она ставится, в заключении - резюмируется мнение автора).
2. Необходимо выделение абзацев, красных строк, установление логической связи абзацев: так достигается целостность работы.
3. Стиль изложения: эссе присущи эмоциональность, экспрессивность, художественность. Должный эффект обеспечивают короткие, простые, разнообразные по интонации предложения, умелое использование "самого современного" знака препинания - тире. Стиль отражает особенности личности.

Эссе по содержанию бывают:

- описательные,
- повествовательные,
- рефлексивные,
- критические,
- аналитические,
- литературные и др

Признаки эссе

Можно выделить некоторые общие признаки (особенности) жанра, которые обычно перечисляются в энциклопедиях и словарях:

*1. Небольшой объем.*

Каких-либо жестких границ, не существует. Объем эссе - от трех до семи страниц компьютерного текста.

*2. Конкретная тема и подчеркнута субъективная ее трактовка.*

Тема эссе всегда конкретна. Эссе не может содержать много тем или идей (мыслей). Оно отражает только один вариант, одну мысль. И развивает ее. Это ответ на один вопрос.

*3. Свободная композиция - важная особенность эссе.*

Эссе по своей природе устроено так, что не терпит никаких формальных рамок. Оно нередко строится вопреки законам логики, подчиняется произвольным ассоциациям, руководствуется принципом "Всё наоборот".

#### *4. Непринужденность повествования.*

Автору эссе важно установить доверительный стиль общения с читателем; чтобы быть понятным, он избегает намеренно усложненных, неясных, излишне строгих построений. Считается, что хорошее эссе может написать только тот, кто свободно владеет темой, видит ее с различных сторон и готов предьявить читателю не исчерпывающий, но многоаспектный взгляд на явление, ставшее отправной точкой его размышлений.

#### *5. Склонность к парадоксам.*

Эссе призвано удивить читателя (слушателя) - это, по мнению многих исследователей, его обязательное качество. Отправной точкой для размышлений, воплощенных в эссе, нередко является афористическое, яркое высказывание или парадоксальное определение, буквально сталкивающее на первый взгляд бесспорные, но взаимоисключающие друг друга утверждения, характеристики, тезисы.

#### *6. Внутреннее смысловое единство*

Возможно, это один из парадоксов жанра. Свободное по композиции, ориентированное на субъективность, эссе вместе с тем обладает внутренним смысловым единством, т.е. согласованностью ключевых тезисов и утверждений, внутренней гармонией аргументов и ассоциаций, непротиворечивостью тех суждений, в которых выражена личностная позиция автора.

#### *7. Ориентация на разговорную речь*

В то же время необходимо избегать употребления в эссе сленга, шаблонных фраз, сокращения слов, чересчур легкомысленного тона. Язык, употребляемый при написании эссе, должен восприниматься серьезно. Итак, при написании эссе важно определить (уяснить) его тему, определить желаемый объем и цели каждого параграфа.

Начните с главной идеи или яркой фразы. Задача - сразу захватить внимание читателя (слушателя). Здесь часто применяется сравнительная аллегория, когда неожиданный факт или событие связывается с основной темой.

#### Правила написания эссе

- Из формальных правил написания эссе можно назвать только одно - наличие заголовка.
- Внутренняя структура эссе может быть произвольной. Поскольку это малая форма письменной работы, то не требуется обязательное повторение выводов в конце, они могут быть включены в основной текст или в заголовок.
- Аргументация может предшествовать формулировке проблемы. Формулировка проблемы может совпадать с окончательным выводом.

#### Ошибки при написании эссе

##### 1 Плохая проверка.

Не думайте, что можно ограничиться лишь проверкой правописания.

Перечитайте свои эссе и убедитесь в том, что там нет каких - либо двусмысленных выражений, неудачных оборотов и т. д.

##### 2 Утомительные предисловия. Недостаточное количество деталей.

Слишком часто интересное эссе проигрывает в том, что представляет собой перечисление утверждений без иллюстрации их примерами. Для эссе характерны обычные клише: важность усердной работы и упорства, учеба на ошибках и т. д.

##### 3 Многословие.

Эссе ограничены определенным количеством слов, поэтому вам необходимо разумно распорядиться этим объемом. Иногда это означает отказ от каких-то идей или подробностей, особенно, если они уже где-то упоминались или не имеют непосредственного отношения к делу. Такие вещи только отвлекают внимание читателя (слушателя) и затмевают основную тему эссе.

##### 4 Длинные фразы.

Длинные фразы еще не доказывают правоту автора, а короткие предложения часто производят больший эффект. Лучше всего, когда в эссе длинные фразы чередуются с короткими. Не перегружайте эссе.

При написании эссе отбросьте слова из энциклопедий. Неправильное употребление таких слов отвлекает внимание, уменьшает значение эссе.

### **Методические материалы для проведения процедур оценивания результатов обучения**

**Для подготовки к контрольным работам и тестам студентов рекомендуется:**

Самостоятельно дать письменный ответ на вопрос, рассматриваемый в рамках учебной дисциплины. Содержание ответа на поставленный вопрос включает: знание теории, выделение актуальных проблем данной темы в сфере общественной жизни.

Качество письменной работы оценивается, прежде всего, по тому, насколько самостоятельно и правильно студент раскрывает содержание главных вопросов темы, использует знание рекомендованных к теме первоисточников. При изложении материала следует стремиться к тому, чтобы каждое теоретическое положение было убедительно аргументировано и всесторонне обосновано, а также подкреплено практическим материалом.

Ключевым моментом в облегчении подготовки к **контрольным работам и тестам** является активная работа студентов на занятиях (внимательное прослушивание и тщательное конспектирование лекций, активное участие в практических занятиях) и регулярное повторение материала и выполнение домашних заданий. В таком случае требуется минимальная подготовка, заключающаяся в повторении и закреплении уже освоенного материала.

#### **Устный опрос (По всем разделам дисциплины).**

Преподаватель ставит студентам вопросы по содержанию изученного материала и побуждает их к ответам, выявляя, таким образом, степень его усвоения.

#### **Критерии ответов студентам во время устного опроса:**

5 баллов	Студент на каждом занятии обнаруживает знание теории, активно участвует в обсуждении предлагаемых вопросов, критически оценивает предлагаемые решения, демонстрирует способность к самостоятельной работе.
3-4 балла	Студент на каждом занятии обнаруживает знание теории, участвует в обсуждении предлагаемых вопросов, критически оценивает предлагаемый материал, иногда демонстрирует способность к самостоятельной работе.
1-2 балла	Студент демонстрирует фрагментарное знание основной теории. На занятиях ведет себя пассивно.
0 баллов	Студент не участвует в работе.

### **КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ**

#### **Критерии оценки презентации доклада (сообщения):**



### Презентация доклада (сообщения) на семинаре

9-10 баллов	Студент активно занимался подготовкой презентации, в том числе с использованием современной экономической литературы, глубоко погружен в тему и может ответить на любой вопрос относительно ее содержания. Сама презентация логически построена, орфографически и стилистически грамотная, содержит интересные данные и вызывает у присутствующих живой интерес. Выступающему задают дополнительные уточняющие вопросы.
7-8 баллов	Студент занимался подготовкой презентации, владеет темой и может ответить на большинство вопросов относительно ее содержания. Однако материал проанализирован недостаточно глубоко. Сама презентация логически построена, содержит орфографические и стилистические ошибки и вызывает у присутствующих интерес.
5-6 баллов	Студент слабо занимался подготовкой презентации, плохо разбирается в теме и не может ответить на вопросы относительно ее содержания. Сама презентация логически плохо построена, содержит орфографические и стилистические ошибки, не вызывает у присутствующих интереса.
менее 5 баллов	Студент не подготовил презентацию или она не отвечает критериям качества

### Критерии оценки подготовленного эссе:

9-10 баллов	Эссе написано в соответствии со структурой, при написании использованы разнообразные источники. Студент показал глубокое погружение в тему, сформулировал и обосновал собственную точку зрения на проблемы. Эссе логически выстроено, стилистически грамотно, содержит разнообразные примеры из практики/теории, подтверждающие выводы.
7-8 баллов	Эссе написано в соответствии со структурой, при написании использованы разнообразные источники. Студент показал недостаточно глубокое погружение в тему, в формулировке собственной точки зрения присутствуют отдельные недостатки. Эссе логически выстроено, стилистически грамотно.
5-6 баллов	Присутствует нарушение структуры эссе. Студент демонстрирует поверхностное знание и понимание темы; не сформулировал собственную точку зрения. Эссе содержит стилистические и орфографические ошибки
менее 5 баллов	Эссе не раскрывает содержание проблемы и/или является плагиатом.

### Критерии оценки подготовленного реферата:

11-15 баллов	Реферат логически выстроен и содержание излагается на хорошем русском языке. Студент свободно владеет понятийным аппаратом дисциплины, ссылается на необходимые источники, соответствующие поставленной цели, свободно ориентируется в проблеме, аргументирует свою позицию, подкрепляет дополнительной информацией, демонстрирует свою эрудицию, отсутствуют орфографические, пунктуационные, стилистические,
--------------	--

	фактические ошибки. Текст реферата самостоятельный, не вторичный, присутствуют обоснованные выводы.
6-10 баллов	В реферате не прослеживается явная логика, он излагается на приемлемом русском языке. Студент не в полной мере может аргументировать и обосновать свою позицию, использует отдельную специализированную лексику, ссылается на необходимые источники, соответствующие поставленной цели, однако присутствуют отдельные незначительные орфографические, пунктуационные, стилистические, фактические ошибки. Текст реферата самостоятельный, не вторичный, присутствуют обоснованные выводы.
1-5 баллов	В реферате полностью отсутствует явная логика, он излагается на приемлемом русском языке. Студент владеет лишь основными источниками и литературой, ориентируется в некоторых из них, использует отдельную специализированную лексику, допускает отдельные, но значительные орфографические, пунктуационные, стилистические, фактические ошибки. Текст реферата самостоятельный, не вторичный, присутствуют недостаточно обоснованные выводы.
менее 1 балла	Реферат содержит бессистемно представленный текст. Студент не ориентируется в источниках, не использует специализированную лексику, допускает большое количество значительных орфографических, пунктуационных, стилистических, фактических ошибок. Текст реферата несамостоятельный, вторичный, отсутствуют выводы.

#### **Критерии выполнения разбора кейса:**

11-15 баллов	Ответ логически выстроен и излагается на хорошем русском языке. Студент свободно владеет понятийным аппаратом дисциплины, ссылается на необходимые источники, свободно ориентируется в проблеме, аргументирует свою позицию, подкрепляет дополнительной информацией, демонстрирует свою эрудицию, тем самым дает исчерпывающие ответы на все вопросы, а также правильно решает задачу
6-10 баллов	В ответе не прослеживается явная логика, он излагается на приемлемом русском языке. Студент не в полной мере может аргументировать и обосновать свою позицию, использует при ответе отдельную специализированную лексику, дает удовлетворительные ответы на вопросы, поставленные в кейсе.
1-5 баллов	В ответе полностью отсутствует явная логика, он излагается на приемлемом русском языке. Студент владеет лишь основными источниками и литературой, ориентируется в некоторых из них, использует при ответе отдельную специализированную лексику, дает удовлетворительные ответы.
менее 1 балла	Ответ излагается бессистемно, речь несвязанная. Студент не ориентируется в них, при ответе не использует специализированную лексику, дает неудовлетворительные ответы

#### **Круглый стол**

Концепция круглого стола: на обсуждения приглашаются специалисты (преподаватели, занимающиеся данной проблематикой, специалисты исследовательских центров и т.д.), внутри группы студентов выбирается модератор, который будет организовывать дискуссию.

Остальные студенты становятся участниками круглого стола. Начинается круглый стол с выступления преподавателя и приглашенных участников, затем сообщения делают участники семинара (мини-выступления по 5-7 мин.). Участники излагают собственную точку зрения на современные проблемы, возникающие в сфере делового общения, аргументируют свою позицию, задают вопросы коллегам, коллективно обсуждают пути решения данных проблем. Ожидаемые результаты: умение аргументировать и обосновывать позицию, умение представлять результаты своего анализа на публике, умение работать в группе, умение грамотно ставить вопросы, делать оценку ответам коллег.

### **Критерии выступлений студентов во время проведения «Круглого стола»:**

5 баллов	Выставляется студенту, если он использовал при подготовке к круглому столу дополнительную рекомендованную и/или самостоятельно найденную литературу, демонстрирует знание иностранных и отечественных работ по проблематике круглого стола, свободно владеет базовыми знаниями по теме, хорошо логически выстраивает и презентует материал, приводит адекватные примеры; грамотно аргументирует свою позицию;
3-4 балла	Выставляется студенту, если он демонстрирует знание только отечественных работ по проблематике круглого стола, свободно владеет базовыми знаниями по теме, способен самостоятельно формулировать проблемы, хорошо логически выстраивает и презентует материал, приводит адекватные примеры
1-2 балла	Выставляется студенту, если он неуверенно владеет базовыми знаниями по теме, логически выстраивает и презентует материал, приводит примеры;
0 баллов	Выставляется студенту, если он слабо владеет (или не владеет) базовыми знаниями по теме, плохо логически выстраивает и презентует материал, не самостоятелен в суждениях.

### **Развернутая беседа**

Концепция развернутой беседы: предполагает подготовку всех студентов по каждому вопросу плана, занятия с единым для всех перечнем рекомендуемой обязательной и дополнительной литературы; выступления студентов (по их желанию или по вызову преподавателя) и их обсуждение; вступление и заключение преподавателя.

Ожидаемые результаты: умение аргументировать и обосновывать позицию, умение представлять результаты своего анализа на публике, умение работать в группе, умение грамотно ставить вопросы, делать оценку ответам коллег.

### **Критерии оценки участия студента в развернутой беседе:**

5 баллов	Выставляется студенту, если он при подготовке к развернутой беседе ознакомился со всей основной и дополнительной рекомендованной литературой, подготовился по всем вопросам плана занятия, подобрал статистический материал, подтверждающий его позицию, хорошо логически выстраивает и
----------	---

	презентует материал, приводит адекватные примеры из практики разрешения проблем в разных странах, опирается на мнения специалистов; грамотно аргументирует свою позицию;
3-4 балла	Выставляется студенту, если он при подготовке к развернутой беседе ознакомился со всей основной и дополнительной рекомендованной литературой, подготовился по всем вопросам плана занятия, свободно владеет базовыми знаниями по теме, хорошо логически выстраивает и презентует материал;
1-2 балла	Выставляется студенту, если он при подготовке к развернутой беседе ознакомился только с основной рекомендованной литературой, подготовился не по всем вопросам плана занятия, если он не уверенно владеет базовыми знаниями по теме, не всегда логически верно выстраивает и презентует материал;
0 баллов	Выставляется студенту, если он при подготовке к развернутой беседе ознакомился не со всей основной рекомендованной литературой, подготовился не по всем вопросам плана занятия, если он слабо владеет (или не владеет) базовыми знаниями по теме, плохо логически выстраивает и презентует материал, не самостоятелен в суждениях.

### **Дискуссия**

Ожидаемые результаты: умение аргументировать и обосновывать позицию, умение представлять результаты своего анализа на публике, умение работать в группе, умение грамотно ставить вопросы, делать оценку ответам коллег.

### **Критерии оценки участия студента в дискуссии**

5 баллов	Выставляется студенту, если он использовал при подготовке к дискуссии дополнительную рекомендованную и/или самостоятельно найденную литературу, собрал разнообразные примеры, подтверждающих позицию, демонстрирует знание российской и зарубежной практики по решению обозначенных проблем, свободно владеет базовыми знаниями по теме, хорошо логически выстраивает и презентует материал, приводит адекватные примеры; грамотно аргументирует свою позицию;
3-4 балла	Выставляется студенту, если он демонстрирует знание отечественных работ по проблематике дискуссии, свободно владеет базовыми знаниями по теме, хорошо логически выстраивает и презентует материал, приводит адекватные примеры;
1-2 балла	Выставляется студенту, если он не уверенно владеет базовыми знаниями по теме, логически выстраивает и презентует материал, приводит примеры;
0 баллов	Выставляется студенту, если он слабо владеет (или не владеет) базовыми знаниями по теме, плохо логически выстраивает и презентует материал, не самостоятелен в суждениях.

### **Деловая игра**

Ожидаемые результаты: научить студентов правильно определять и практически демонстрировать те навыки и умения, которые потребуются для успешной реализации делового общения.

### Критерии оценки участия студента в деловой игре

1-2 балла	Выставляется студенту, если он в ходе игры продемонстрировал навыки и умения, которые требуются для успешной реализации делового общения. Проявил гибкость и креативность мышления, способность критически осмыслить собственное поведение и поведение коллег в процессе игры.
0 баллов	Выставляется студенту, если он в ходе игры не смог продемонстрировать навыки и умения, которые требуются для успешной реализации делового общения, не смог критически осмыслить собственное поведение и поведение коллег в процессе игры.

### «Мозговой штурм»

Ожидаемый (е) результат (ы): научить студентов обсуждать спорные/дискуссионные вопросы; повысить мотивацию неактивных студентов; сформировать банк идей для последующей работы, обсуждения

### Критерии оценки участия студента в «мозговом штурме»

1-2 балла	Выставляется студенту, если он активно участвовал в мозговом штурме, в проведении и оценке результатов;
0 баллов	Выставляется студенту, если он не проявил активности в проведении и оценке результатов мозгового штурма.

### Ролевая игра

Ожидаемый (е) результат (ы): научить студентов правильно определять и практически демонстрировать те навыки и характеристики, которые были приобретены ими в ходе освоения учебной дисциплины.

### Критерии оценки участия студента в ролевой игре

1-2 балла	Выставляется студенту, если он в ходе игры смог продемонстрировать навыки и умения анализировать социальные проблемы, продемонстрировал гибкость и креативность мышления, способность отобрать необходимый материал, провести сравнительный анализ предложенных концепций и достойно отстаивать выбранную позицию
0 баллов	Выставляется студенту, если он в ходе игры не смог продемонстрировать навыки и умения анализировать социальные проблемы в области социологии рождаемости, не смог критически осмыслить поставленную проблему и отобрать необходимый материал.

### Коллоквиум

Коллоквиум представляет собой разновидность опроса студентов по пройденной проблематике, в центре которого стоят вопросы, задаваемые преподавателем. Преподаватель формулирует вопрос к одному из студентов, он дает свой ответ, затем остальные студенты имеют возможность дополнить ответ данного студента. Вопросы

преподавателя могут вытекать один из другого, быть взаимосвязанными, наводящими, и т.п.

### Критерии оценки участия студента в коллоквиуме:

5 баллов	Выставляется студенту, если он при подготовке к коллоквиуму ознакомился со всей основной и дополнительной рекомендованной литературой, подготовился по всем вопросам плана занятия, хорошо логически выстраивает ответ, приводит адекватные примеры, опирается на мнения специалистов; грамотно аргументирует свою позицию.
3-4 балла	Выставляется студенту, если он при подготовке к коллоквиуму ознакомился со всей основной и дополнительной рекомендованной литературой, подготовился по всем вопросам плана занятия, свободно владеет базовыми знаниями по теме, хорошо логически выстраивает и презентует материал.
1-2 балла	Выставляется студенту, если он при подготовке к развернутой беседе ознакомился только с основной рекомендованной литературой, подготовился не по всем вопросам плана занятия, если он не уверенно владеет базовыми знаниями по теме, не всегда логически верно выстраивает и презентует материал.
0 баллов	Выставляется студенту, если он при подготовке к развернутой беседе ознакомился не со всей основной рекомендованной литературой, подготовился не по всем вопросам плана занятия, если он слабо владеет (или не владеет) базовыми знаниями по теме, плохо логически выстраивает и презентует материал, не самостоятелен в суждениях.

### Критерии оценки ответов на вопросы зачета:

40 баллов за вопрос	Выставляется студенту, если он обнаруживает всестороннее систематическое и глубокое знание программного материала; способен творчески применять знание теории к решению профессиональных задач; - владеет понятийным аппаратом дисциплины; демонстрирует способность к анализу и сопоставлению различных подходов к решению заявленной в вопросе проблематики; подтверждает теоретические постулаты примерами из социальной практики
менее 40 баллов	Выставляется студенту, если он обнаруживает значительные пробелы в знаниях основного программного материала; допускает принципиальные ошибки в ответе на вопрос билета; демонстрирует незнание теории и практики социологии глобализации.

### Критерии оценки ответов на вопросы экзамена:

29-40 баллов	Ставится в том случае, когда студент обнаруживает систематическое и глубокое знание программного материала по дисциплине, умеет свободно ориентироваться в вопросе. Ответ полный и правильный на основании изученного материала. Выдвинутые положения аргументированы и иллюстрированы примерами. Материал изложен в определенной логической последовательности, осознанно, литературным языком, с использованием современных научных терминов; ответ самостоятельный. Студент уверенно отвечает на дополнительные вопросы.
19-28 баллов	Ставится в том случае, когда студент обнаруживает полное знание учебного материала, демонстрирует систематический характер знаний по дисциплине. Ответ полный и правильный, подтвержден примерами; но их обоснование не аргументировано, отсутствует собственная точка зрения. Материал изложен в определенной логической последовательности, при этом допущены 2-3 несущественные погрешности, исправленные по требованию экзаменатора. Студент испытывает незначительные трудности в ответах на дополнительные вопросы. Материал изложен осознанно, самостоятельно, с использованием современных научных терминов, литературным языком.
9-18 баллов	Ставится в том случае, когда студент обнаруживает знание основного программного материала по дисциплине, но допускает погрешности в ответе. Ответ недостаточно логически выстроен, самостоятелен. Основные понятия употреблены правильно, но обнаруживается недостаточное раскрытие теоретического материала. Выдвигаемые положения недостаточно аргументированы и не подтверждены примерами; ответ носит преимущественно описательный характер. Студент испытывает достаточные трудности в ответах на вопросы. Научная терминология используется недостаточно.
0-8 баллов	Выставляется студенту, обнаружившему пробелы в знаниях основного учебного материала по дисциплине. При ответе обнаружено непонимание студентом основного содержания теоретического материала или допущен ряд существенных ошибок, которые студент не может исправить при наводящих вопросах экзаменатора, затрудняется в ответах на вопросы. Студент

	подменил научное обоснование проблем рассуждением бытового плана. Ответ носит поверхностный характер; наблюдаются неточности в использовании научной терминологии.
--	--

### Обоснование балльной системы оценки

#### Балльная структура оценки

Посещение лекций – **0,5 балла за посещение 1 лекционного занятия**

Активная работа на семинарах – **5 баллов (максимальное количество баллов за работу на 1 семинарском занятии)**

Презентация доклад (сообщения) на семинаре- **10 баллов**

Подготовка эссе – **10 баллов**

Подготовка реферата – **15 баллов**

Разбор кейсов – **8 баллов**

Практическое задание – **15 баллов**

Внутрисеместровая аттестация (внутрисеместровое тестирование) – 20 баллов

Итоговое испытание (зачет/экзамен)– 40 баллов

#### Шкала перевода баллов в традиционную шкалу оценки

Трудоемкость каждой учебной дисциплины рассчитывается по формуле: **50 баллов  $x$  количество кредитов — это 100%**.

1. Кредит – это единица измерения трудоемкости учебной дисциплины. Балл – это единица оценки качества выполнения работы студентом.

В балльно-рейтинговой системе 1 кредит соответствует 50 баллам.

Для перевода баллов, набранных студентом, в проценты необходимо использовать формулу:

$$z = \frac{100\% * y}{x}, \text{ где}$$

$z$  — сумма набранных баллов студентом (%).

$x$  — трудоемкость каждой учебной дисциплины (балл);

$y$  — сумма набранных баллов студентом (балл).

#### Экзамен:

- $z > 85\%$  выставляется оценка «5»;
- $65\% < z < 85\%$  выставляется оценка «4»;
- $50\% < z < 65\%$  выставляется оценка «3»;
- $20\% < z < 50\%$  выставляется оценка «2»;
- $z < 20\%$  выставляется оценка «1».

#### Зачет:

- $z > 50\%$  выставляется оценка «зачет»;
- $z < 50\%$  выставляется оценка «не зачет»;

### 8. Ресурсное обеспечение:

#### А. Основная литература



N	Автор	Название	Издательство	Год издания
1	Анцупов, Анатолий Яковлевич	Конфликтология в схемах и комментариях: учеб. пособие	М. : Проспект	2016
2	под ред. С. А. Баркова	Организационное поведение: учеб. и практикум для вузов	М. : Юрайт	2020
3	Козлов, Александр Сергеевич	Конфликтология социальных групп и организаций	М. : URSS : ЛЕНАНД	2018
4	под ред. П. А. Цыганкова, Л. О. Терновой	Международные отношения: теории, конфликты, движения, организации: учеб. пособие для студентов вузов.	М : КНОРУС	2021

## Б. Дополнительная литература

N	Автор	Название	Издательство	Год издания
1	Агеев, А.Ю.	Интернет-маркетинг и digital-стратегии	Новосибирск: ИПЦ НГУ	2016
2	Аршинов, В.	Маркетинговые исследования на финансовых рынках	М.: Центркаталог	2020
3	Банкин, А.	Контент-маркетинг для роста продаж	СПб.: Питер	2017
4	Манн, И., Фербер	Контент, маркетинг и рок-н-ролл. Книга-муза для покорения клиентов в интернете	М.: Манн	2020
5	Мартынова, А.	Безгрешный маркетинг	М: СилаУма-Паблицер	2020
6	Нилова, Л.	Поп-арт маркетинг: интеграция и контент-стратегия	М.: АСТ	2017
7	Румянцев, Д.	Продвижение бизнеса в Вконтакте, системный подход	М.: Манн	2016
8	Скоробогатых, И.И.	Маркетинг. Создание и донесение потребительской ценности	М.: Инфра-М	2020
9	Смит, К.	Конверсия : как превратить лиды в продажи	М.: Альбина Паблицер	2019
10	Стейплс, Т.	Прорваться сквозь шум: как привлечь всеобщее внимание в соц.сети	М.: Инфра-М,	2020
11	Солодар, М.А.	Настольная книга интернет-маркетолога	М.: ЭКСМО	2021
12	Щербаков, С.	Таргетированная реклама. Точно в яблочко	СБП:Питер	2021
13	Щербаков, С.	Партизанский маркетинг в социальных сетях	СБП:Питер	2015

14	Яковлев, А.А.	Контекстная реклама: основы, секреты, трюки	СБП: БХВ-Петербург	2012

### **В, Перечень информационных технологий Интернет-ресурсы:**

- <http://www.aconflict.ru> Научно-образовательный портал «Аналитика конфликта»
- <http://conflictology.isras.ru> Центр конфликтологии Института социологии РАН
- <http://www.conflictology.narod.ru/> Журнал Аналитика конфликта
- [www.ecsocman.edu.ru](http://www.ecsocman.edu.ru) – портал по социологии, экономике и менеджменту.
- [www.socionet.ru](http://www.socionet.ru) - портал по общественным наукам
- <http://www.humanities.edu.ru> - Портал по социально-гуманитарному и политологическому образованию
- ([www.ebsco.com](http://www.ebsco.com)) Базы данных научной периодики и книг (НЭБ/Elibrary.ru, JSTORE ([www.jstor.org](http://www.jstor.org)), ProQuest ([www.proquestdirect.com](http://www.proquestdirect.com)), EBSCO
- <https://консультантплюс.сайт/> Информационно-справочные системы: «Консультант Плюс», «Гарант» <https://www.garant.ru/>
- <http://nbmgu.ru> - Сайт университетской библиотеки с электронными и алфавитными каталогами

### **Материально-техническое обеспечение дисциплины**

Для занятий предусматривается аудитория, позволяющая организовать фронтальное взаимодействие, а также интерактивное взаимодействие в группах и между группами обучающихся, а также современные технические средства обучения (видеопроекторное оборудование для презентаций, средства звуковоспроизведения, в зависимости от разрабатываемых проектов может понадобиться интерактивная доска и др.). Для организации самостоятельной работы имеется доступ к Интернет-ресурсам, учебникам и базам данных.

**9. Язык преподавания:** русский.

**10. Преподаватели:** к.э.н. Троценко А.Н.

**11. Автор программы:** к.э.н. Троценко А.Н.