

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

«Поисковый маркетинг»

для магистрантов по направлению подготовки:

38.04.02 «Менеджмент»

Направленность (профиль) подготовки: «Цифровой маркетинг»

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 (ОС МГУ) для реализуемых основных профессиональных образовательных программ высшего образования по направлению подготовки (специальности) 38.04.02. «Менеджмент» (уровень магистратуры), 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, дисциплина по выбору. Данная дисциплина предусмотрена учебным планом в 3 семестре, на 2 курсе.

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

- «Основы маркетинга»;

- «Цифровой маркетинг»;

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

Компетенции выпускников (коды)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с компетенциями
Владение навыками анализа поведения потребителей, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на установление долгосрочных взаимовыгодных отношений с клиентами (СПК-2);	Знать: основы теории организации; Уметь: анализировать и интерпретировать поведение потребителей; Владеть: навыками разработки и осуществления стратегии организации.
Владение технологией сбора и анализа информации о поведении рынка и конкурентов на нем посредством использования возможностей сети Интернет, хранилища корпоративных баз данных (СПК-3);	Знать: основные технологии сбора и анализа информации о поведении рынка и конкурентов; Уметь: использовать возможности сети Интернет, хранилища корпоративных баз данных для сбора и анализа информации о поведении рынка; Владеть: технологиями сбора и анализа информации о поведении рынка;
Умение использовать оптимальные инструменты цифрового маркетинга для решения конкретных бизнес-задач (СПК-6).	Знать: основные инструменты цифрового маркетинга; Уметь: использовать оптимальные инструменты цифрового маркетинга для решения конкретных бизнес-задач; Владеть: инструментами цифрового маркетинга для решения конкретных бизнес-задач;

4. Объем дисциплины (модуля) составляет 2 зачетные единицы, всего 72 часов. В том числе 44 академических часа, отведенных на контактную работу обучающихся с преподавателем, 28 академических часов на самостоятельную работу обучающихся.

5. Формат обучения: очно.

6. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических 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				
		Занятия лекционного типа*	Занятия семинарского	Всего		
Тема 1. Обзор инструментов интернет-маркетинга.	10	4	2	6	4	Устный опрос
Тема 2. Поисковая оптимизация (сеомаркетинг)	16	6	4	10	6	Устный опрос, выполнение практических заданий
Тема 3. Оптимизация сайта	18	6	6	12	6	Устный опрос, выполнение практических заданий
Тема 4. Аудитория Интернета. Пользователи и непользователи новых медиа: система типологизации и модели поведения	16	4	4	8	8	Доклады, презентация
Тема 5. Оценка эффективности и результативности цифрового маркетинга.	12	4	4	8	4	Устный опрос, выполнение кейс-задачи.
Промежуточная аттестация(зачет)		8				
Итого	72			44	28	

Содержание разделов дисциплины

п/п	Тема	Содержание (темы)
1	Тема 1. Обзор инструментов интернет-маркетинга.	SMM, SMO, Медийная реклама, третированная реклама: понятие, преимущества, недостатки и цели применения в маркетинговой деятельности. Понятие и условия таргетинга. Лидогенерация. Практика использования систем интернет-статистики Яндекс.Метрика и Google Analytics
2	Тема 2. Поисковая оптимизация (сеомаркетинг)	Поисковой маркетинг: понятие, преимущества, недостатки, цели применения. Основные элементы поиска: поисковый робот, индексное хранилище и поисковый механизм. Основные поисковые системы, их характеристики.

		Сервисы поисковой статистики. Применение SEO в социальных сетях.
3	Тема 3. Оптимизация сайта	Этапы внешней и внутренней поисковой оптимизации, и продвижения сайта в Интернете. Текстовая оптимизация, семантическое ядро и поисковые запросы. С니ппет и его элементы, принципы написания мега тегов. Технический аудит сайта. Количественный и качественный подход к оптимизации. Некорректные способы оптимизации сайта.
4	Тема 4. Аудитория Интернета. Пользователи и непользователи новых медиа: система типологизации и модели поведения	Понятие целевая аудитория. Портрет потребителя. Аудитория как объект и субъект медиакоммуникации. Аудитория как первоисточник информации. Базовые характеристики исследования on-line аудитории. Аудитория как массовый рынок. Температура аудитории. Лестница Ханта. Цели и инструменты измерения аудитории. Типичные модели поведения групп потребителей. Способы оценки Интернет - аудитории. Характерные черты Интернет - аудитории России.
6	Тема 5. Оценка эффективности и результативности цифрового маркетинга.	Системы сбора статистических данных. Статистика поисковых запросов: Яндекс, Google. Продвижение сайта по поисковым запросам. Использование методов Интернет - маркетинга для продвижения сайта в поисковых каталогах. Способы анализа данных. Визуализация полученных данных. Виды социальных сетей и блог-платформ. Задачи, решаемые с помощью работы в социальных сетях. Особенности взаимодействия с аудиторией в социальных сетях. Обзор инструментов отслеживания упоминаний о брендах и тональности мнений. Принципы работы инструментов и аналитика.

Планы семинарских занятий:

Занятие 1. Семинар - развернутая беседа на тему: «Обзор инструментов интернет-маркетинга»

Цель семинарского занятия: разобрать основные инструменты интернет-маркетинга и изучить практику их применения.

Задачи семинарского занятия:

1. Рассмотреть основные инструменты интернет-маркетинга, такие как SEO, контент-маркетинг, социальные сети, контекстная реклама и другие.
2. Изучить принципы работы каждого инструмента и его роль в продвижении бренда или продукта.
3. Провести анализ примеров успешного применения данных инструментов на практике.

Вопросы для обсуждения:

1. Какой из инструментов интернет-маркетинга считается наиболее эффективным для привлечения целевой аудитории?
2. Какие факторы следует учитывать при выборе инструментов интернет-маркетинга для конкретного бизнеса?
3. Какие особенности использования инструментов интернет-маркетинга могут быть актуальны для различных отраслей (например, розничная торговля, услуги, B2B)?

Задания для самостоятельной работы:

Подготовить рефераты №: 1, 2, 3

Литература основная: №: 1, 2, 3, 6, 10

Литература дополнительная: №: 2, 3

Занятие 2. Семинар - развернутая беседа на тему: «Поисковая оптимизация (SEO-маркетинг)»

Цель семинарского занятия: изучить основы поисковой оптимизации (SEO-маркетинга) и его влияние на ранжирование и видимость сайта в поисковых системах.

Задачи семинарского занятия:

1. Определить основные принципы и техники поисковой оптимизации.
2. Изучить влияние SEO-маркетинга на ранжирование сайта в поисковых системах.
3. Разработать стратегию SEO-оптимизации для конкретного сайта.

Вопросы для обсуждения:

1. Какие факторы влияют на ранжирование сайта в поисковых системах?
2. Какие техники SEO-маркетинга можно использовать для улучшения видимости сайта?
3. Как разработать эффективную стратегию SEO-оптимизации для конкретного бизнеса?

Задания для самостоятельной работы:

Подготовить рефераты №: 3, 4

Литература основная: №: 2, 3, 5

Литература дополнительная: №: 2

Занятие 3. Семинар - развернутая беседа на тему: «Оптимизация сайта»

Цель семинарского занятия: изучение и практическое освоение методов оптимизации сайта для улучшения его видимости и рейтинга в поисковых системах.

Задачи семинарского занятия:

1. Изучить основные принципы работы поисковых систем и их алгоритмы ранжирования.
2. Определить ключевые факторы, влияющие на оптимизацию сайта.

3. Разработать стратегию оптимизации сайта, включая выбор ключевых слов, улучшение контента, оптимизацию заголовков и мета-тегов.
4. Изучить технические аспекты оптимизации, такие как скорость загрузки страницы, мобильная оптимизация и структура URL.
5. Освоить методы создания качественных внешних ссылок на сайт для повышения его авторитетности.

Вопросы для обсуждения:

1. Какие основные принципы работы поисковых систем необходимо учитывать при оптимизации сайта?
2. Какие факторы влияют на ранжирование сайта в поисковой выдаче?
3. Какие методы оптимизации контента на сайте можно использовать для улучшения его видимости в поисковых системах?

Задания для самостоятельной работы:

Подготовить рефераты №: 2, 4

Литература основная: №: 1, 9, 10

Литература дополнительная: №: 1

Занятие 4. Семинар - развернутая беседа на тему: «Аудитория Интернета. Пользователи и непользователи новых медиа: система типологизации и модели поведения»

Цель семинарского занятия: изучить аудиторию Интернета, типологизацию пользователей и непользователей новых медиа, а также модели их поведения.

Задачи семинарского занятия:

1. Изучить основные понятия и термины, связанные с аудиторией Интернета, типологизацией пользователей и непользователей новых медиа, а также моделями их поведения.
2. Рассмотреть различные подходы к типологизации пользователей Интернета и новых медиа.
3. Изучить основные модели поведения пользователей Интернета и новых медиа.

Вопросы для обсуждения:

1. Какие типы пользователей Интернета можно выделить на основе их активности и целей использования онлайн-ресурсов?
2. Какие модели поведения пользователей Интернета и новых медиа наиболее распространены и как они влияют на развитие современных медиа-платформ?

Задания для самостоятельной работы:

Подготовить рефераты №: 5, 6

Литература основная: №: 6, 7, 8, 9, 10

Литература дополнительная: №: 1, 3

Занятие 5. Семинар - развернутая беседа на тему: «Оценка эффективности и результативности цифрового маркетинга»

Цель семинарского занятия: изучение и обсуждение методов оценки эффективности и результативности цифрового маркетинга.

Задачи семинарского занятия:

1. Разобраться в основных показателях оценки эффективности цифрового маркетинга, таких как конверсия, CTR, ROAS и другие.
2. Изучить методы сбора и анализа данных для оценки результативности цифровых маркетинговых кампаний.
3. Обсудить примеры успешных и неуспешных кейсов в цифровом маркетинге и выявить факторы, влияющие на их эффективность.

Вопросы для обсуждения:

1. Какие показатели эффективности цифрового маркетинга наиболее важны для бизнеса и почему?
2. Какие методы сбора и анализа данных являются наиболее надежными и точными при оценке результативности цифрового маркетинга?
3. Какие факторы могут влиять на успех или неудачу цифровой маркетинговой кампании и как их можно учесть при оценке ее результативности?

Задания для самостоятельной работы:

Подготовить рефераты №: 6, 7

Литература основная: №: 1, 6-10

Литература дополнительная: №: 1-4

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

РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ по дисциплине (модулю)		Виды оценочных средств	ШКАЛА И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТА ОБУЧЕНИЯ по дисциплине (модулю)	
			незачет	зачет
Знать	- основы теории организации (СПК-2);	Реферат №: 1 Тест №: 1, 6-8, 13 Вопросы на семинарских занятиях №: 1.2, 1.3, 2.3, 5.1 Контрольные вопросы (зачет) №: 2.1	Отсутствие знаний	Сформированные систематические знания
	- основные технологии сбора и анализа информации о поведении рынка и конкурентов (СПК-3);	Реферат №: 2-6 Тест №: 1, 3, 7, 9, 10-12 Практические задания №: 1-3 Вопросы на семинарских занятиях №: 1.1-5.3	Отсутствие знаний	Сформированные систематические знания

		Контрольные вопросы (зачет) №: 1.1-1.3, 2.2-2.3, 3.2-3.3		
	- основные инструменты цифрового маркетинга (СПК-6).	Реферат №: 2-7 Тест №: 1-15 Практические задания №: 1-4 Вопросы на семинарских занятиях №: 1.1-1.3, 2.2-2.3, 3.1-3.2, 3.5, 5.1-5.2 Контрольные вопросы (зачет) №: 1.1-3.3	Отсутствие знаний	Сформированные систематические знания
Уметь	- анализировать и интерпретировать поведение потребителей (СПК-2);	Реферат №: 1 Тест №: 1, 6-8, 13 Вопросы на семинарских занятиях №: 1.2, 1.3, 2.3, 5.1 Контрольные вопросы (зачет) №: 2.1	Отсутствие умений	Сформированные систематические умения
	- использовать возможности сети Интернет, хранилища корпоративных баз данных для сбора и анализа информации о поведении рынка (СПК-3);	Реферат №: 2-6 Тест №: 1, 3, 7, 9, 10-12 Практические задания №: 1-3 Вопросы на семинарских занятиях №: 1.1-5.3 Контрольные вопросы (зачет) №: 1.1-1.3, 2.2-2.3, 3.2-3.3	Отсутствие умений	Сформированные систематические умения
	- использовать оптимальные инструменты цифрового маркетинга для решения конкретных бизнес-задач (СПК-6).	Реферат №: 2-7 Тест №: 1-15 Практические задания №: 1-4 Вопросы на семинарских занятиях №: 1.1-1.3, 2.2-2.3, 3.1-3.2, 3.5, 5.1-5.2 Контрольные вопросы (зачет) №: 1.1-3.3	Отсутствие умений	Сформированные систематические умения
Владеть	- навыками разработки и осуществления стратегии организации (СПК-2);	Реферат №: 1 Тест №: 1, 6-8, 13 Вопросы на семинарских занятиях №: 1.2, 1.3, 2.3, 5.1 Контрольные вопросы (зачет) №: 2.1	Отсутствие навыков	Сформированные систематические навыки
	- технологиями сбора и анализа информации о поведении рынка (СПК-3);	Реферат №: 2-6 Тест №: 1, 3, 7, 9, 10-12 Практические задания №: 1-3	Отсутствие навыков	Сформированные систематические навыки

		Вопросы на семинарских занятиях №: 1.1-5.3 Контрольные вопросы (зачет) №: 1.1-1.3, 2.2-2.3, 3.2-3.3		
	- инструментами цифрового маркетинга для решения конкретных бизнес-задач (СПК-6).	Реферат №: 2-7 Тест №: 1-15 Практические задания №: 1-4 Вопросы на семинарских занятиях №: 1.1-1.3, 2.2-2.3, 3.1-3.2, 3.5, 5.1-5.2 Контрольные вопросы (зачет) №: 1.1-3.3	Отсутствие навыков	Сформированные систематические навыки

Оценочные средства, необходимые для оценки результатов обучения.

Темы докладов и рефератов по дисциплине

1. Назначение и функции интернет-магазина.
2. Алгоритм создания интернет-магазина в России.
3. Выбор ниши и позиционирование интернет-магазина.
4. Процедура выбора доменного имени для интернет-магазина в России.
5. Способы поиска поставщика для интернет-магазина.
6. Способы привлечения и увеличения доверия посетителей к интернет-магазину.
7. Понятие, виды и особенности работы интернет-аукционов.

Практические задания

Задание 1. Создать карту кликов от Яндекс. Метрики.

Кейс-задача №1. Мониторинг SEO. Ситуационное задание предполагает исследование заявленной проблемы в Internet и выдается индивидуально или группе слушателей (2-3 человека). Защита задания проводится в форме коллективной презентации, а результаты исследования оформляются в форме текстового документа или презентации. Цель: приобрести практические навыки технического аудита сайта. В проекте должны найти отражение следующие вопросы:

1. Провести сравнительный экспресс-анализ (например, с помощью сервиса site-auditor или pr-cy) вашего Сайта (сайта любой публичной компании) и 2-х основных конкурентов.

Сравнить следующие параметры:

- 1.1. ТИЦ и Google PR
- 1.2. Количество проиндексированных страниц в Яндекс и Google
- 1.3. Наличие в каталогах: Яндекс; Рамблер; Mail.ru.
- 1.4. Наличие robots.txt
- 1.5. Склейка зеркал
- 1.6. Кол-во посетителей (месяц)
- 1.7. Проверить наличие XML-карты вашего сайта
- 1.8. Проверить наличие счетчиков основных сервисов статистики (Яндекс-метрика

и

Google Analytics)

Результаты оформить в табличном формате, сформулировать выводы и дать рекомендации (например, исправить ошибки на своем сайте, добавить счетчики и т.д.),

выявить лидеров, на которых можно равняться.

2. Сравнить ссылочную историю вашего проекта и 2-х основных конкурентов по следующим параметрам:

2.1. Битые ссылки (с помощью XENU)

2.2. Ссылающиеся домены

2.3. Получатели

2.4. Ссылающиеся страницы

2.5. Ошибки HTML Выявить битые ссылки на своем ресурсе

Результаты оформить в табличном формате, сформулировать выводы и дать рекомендации.

3. Сравнить время загрузки страницы вашего проекта и 2-х основных конкурентов

Используя сервис <https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/> для компьютеров и мобильных устройств. Заполнить таблицу по скорости загрузки,

написать

рекомендации от Google для своего сайта по увеличению скорости загрузки.

Результаты оформить в табличном формате, сформулировать выводы и дать рекомендации.

4. Сравнить информативность сниппетов главных страниц вашего сайта и 2-х основ-

ных

конкурентов.

Сделать скриншоты из выдачи Google или Яндекс (на выбор), описать что хорошо,

а

что нужно доработать по каждому. Сделать общий вывод и дать рекомендации по

своему

проекту.

Результаты оформить в табличном формате, сформулировать выводы и дать рекомендации.

Кейс-задача №2.

Ситуационное задание выдается индивидуально или творческому коллективу студентов (2-3 человека). Результат ситуационного задания оформляется в форме презентации и публично защищается на практическом занятии.

В проекте должны найти отражение ответы на следующие вопросы:

- выбрать публичный сайт в Интернет (интернет-магазин, информационный сайт о мероприятии и т.д.) и представить краткую характеристику компании-владельца;

- провести мониторинг активностей компании в Интернет (поисковые системы, социальные сети и т.д.);

- из списка метрик веб-аналитики сформировать систему метрик, позволяющих оценить контент, социальные медиа, SEO, посадочные страницы, PR и брендинг, email-маркетинг и воронку продаж и коммуникации и обосновать свой выбор.

-

Кейс-задача №3. Обзор, настройки и отчеты Google Analytics.

Цели работы

Изучение функций и отчетов Google Аналитики и приобретение практических навыков и умений анализа данных по сайту интернет-магазина Google Merchandise Store в Google Analytics.

Ситуационное задание выдается индивидуально или творческому коллективу студентов (2-3 человека). В качестве компании выбирается интернет-магазин [Google Merchandise Store](#), статистика по которому доступна в тестовом аккаунте Google Analytics.

Последовательность действий:

- получить доступ к тестовому аккаунту <https://support.google.com/analytics/answer/6367342?hl=ru> (рисунок 1)

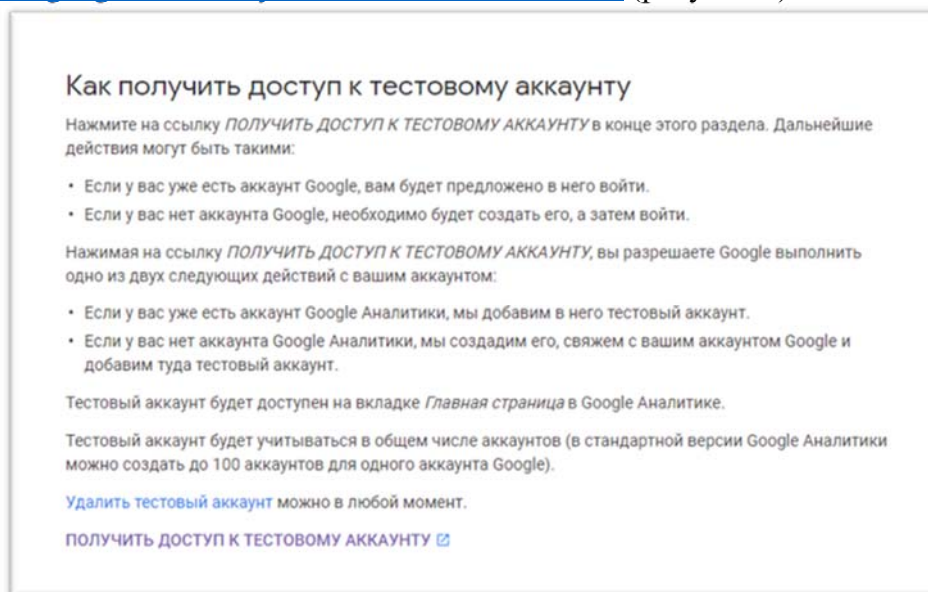


Рисунок 1 – Получение доступа к тестовому аккаунту в Google Analytics

Результаты задания оформляются в виде презентации, коллективно презентуются и обсуждаются.

Отчет должен содержать:

– Выявление тенденций в поведении пользователей на основе анализа общих объектов Модели атрибуции, Группы каналов, Сегменты конверсии, Специальные отчеты, Сводки, Сегменты, Полные отчеты;

– анализ пользовательских сегментов (настроить собственные сегменты);

– создание собственных сводок, специальных отчетов и моделей атрибуции;

– рекомендации по оптимизации сайта.

Кейс-задача №4. Обзор, настройки и отчеты Яндекс.Метрики

Цели работы

Изучение функций и отчетов Яндекс. Метрике и приобретение практических навыков и умений анализа данных по сайту в Яндекс. Метрике.

Ситуационное задание выдается индивидуально или творческому коллективу студентов (2-3 человека). В качестве компании выбирается компания, статистика по которой доступна в демо-версии Яндекс.Метрики.

Результаты задания оформляются в виде презентации, коллективно презентуются и обсуждаются.

Отчет должен содержать:

– общий анализ стандартных отчетов Посещаемость, Конверсии, источники, Аудитория, Содержание, Технологии, Мониторинг;

– анализ поведения пользователей с помощью Вебвизора;

– выводы по картам метрики (ссылок, кликов, скроллинга и взаимодействию с формами);

– рекомендации по оптимизации сайта.

Тест

1. Отметьте, как в маркетинге называют источник мотивации покупки, заставляющий потребителя выбирать именно этот товар:

- а) критерием сегментирования;
- б) брендом;+
- в) имиджем товара;
- г) атрибутом позиционирования.

2. Выберите, какими утверждениями характеризуется социальная реклама в практике маркетинговых коммуникаций:

- а) направлена на благотворительные цели;+
- б) направлена на формирование имиджа организации;+
- в) направлена на различные социальные слои с целью совершать повторные покупки;
- г) представляет общественные или государственные интересы.+

3. Выберите несколько вариантов. Какие проблемы производителю позволяет решить стратегия высоких цен в практике маркетинга?

- а) обеспечить значительный рост доли рынка;
- б) осваивать новые ценовые сегменты рынка в будущем;+
- в) быстро возместить затраты, связанные с разработкой товара;+
- г) увеличить цену в будущем.

4. Отметьте, в чем заключается сущность политик цен предприятия в практике маркетинга:

- а) в создании и поддержании оптимального уровня и структуры цен;+
- б) в изменении цен с учётом инфляции;+
- в) в изменении цен во времени по товарам и рынкам при определённой рыночной ситуации;+
- г) в установлении максимальных цен.

5. Ценовую стратегию «снятия сливок» в маркетинге характеризуют данные утверждения:

- а) цель – быстрое получение прибыли;+
- б) товар покупают нечувствительные к цене суперноваторы и новаторы;+
- в) цель – быстрое завоевание доли рынка;+
- г) товар покупают чувствительные к цене группы покупателей.

6. Выберите верный ответ. Противодействующий маркетинг предполагает следующее:

- а) ограничение доступности товара+
- б) распространение информации о вреде и нежелательности потребления товара+
- в) резкое снижение уровня цен на товар
- г) активное стимулирование спроса

7. Что из перечисленного относится к элементам комплекса маркетинга («4P»)?

- а) товар, цена, сбыт, продвижение+
- б) микромаркетинговая среда, потребитель, конкуренты, посредники
- в) макромаркетинговая среда, посредники, рынок, реклама
- г) персонал, потребители, конкуренты, посредники

8. Что из данного относится к элементам маркетинговой микросреды:

- а) законодательство в области предпринимательства
- б) социально-культурная ситуация в стране
- в) клиентура фирмы+
- г) политическая ситуация в стране

9. Определите, что подходит для выявления покупательских предпочтений?
- а) анкетный опрос+
 - б) контент-анализ прессы
 - в) моментные обследования магазинов
 - г) эксперимент
10. Определите цель пилотирования анкеты:
- а) апробирование (проверку на понимание)+
 - б) установление ее окончательного тиража
 - в) отработку формы анкеты+
 - г) инструктаж интервьюеров
11. Выберите сферу, в которой признаками маркетинговой макросреды являются: рынок капитала, рынок труда, структура национального дохода, инфляция, колебания конъюнктуры :
- а) политики
 - б) технологий
 - в) экономики+
 - г) демографии
12. Выберите из перечисленного, что не относится к достоинствам устного анкетного опроса:
- а) высокая доля ответивших
 - б) верное истолкование вопросов
 - в) учет несловесных реакций+
 - г) минимум затрат
13. Определите, на чем организация, реализующая концепцию традиционного маркетинга, как правило, не концентрирует усилий:
- а) изучении потребителей
 - б) исследовании спроса и предложения товара+
 - в) интенсификации сбыта и рекламы
 - г) снижение издержек производства
14. Отметьте, в какой стране впервые стали практиковать маркетинг:
- а) США
 - б) Англии
 - в) Японии+
 - г) Германии
15. Что из данного является концепцией маркетинга?
- а) концепция государственного регулирования
 - б) концепция социально-этического маркетинга+
 - в) концепция борьбы с гиперинфляцией
 - г) концепция борьбы с коррупцией
- Источник: <https://shooltest.ru/ekonomika/test-s-otvetami-na-temu-osnovy-marketinga.html>

Вопросы для зачета

Карточка1.

1. Как определить необходимое количество ключевых слов?

2. Приведите примеры сервисов, позволяющих оценить эффективность работы сайта?
3. Инструменты сбора статистики: счетчики и лог-анализаторы.

Карточка 2.

1. Сферы применения поискового маркетинга.
2. В чем особенности поисковой оптимизации?
3. Анализаторы логов: WebTrends, Webalizer, AWStats.

Карточка 3.

1. Порядок оптимизации сайта предприятия.
2. Системы интернет-статистики: Piwik, Яндекс.Метрика, Google Analytics..
3. Системы интернет-статистики с детализацией по просмотрам страниц.

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 рамки 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 на сколько 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 мо-

дель 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 приступать 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 предъявить 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 моментов 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 де-
-----------	---

	лового общения. Продемонстрировал 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 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 отстоять 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	О.С. Сухарев, Н.В. Курманов, К.Р. Мельковская	Функциональный и интернет-маркетинг: Монография	М.: КУРС: НИЦ ИНФРА-М	2016
2	Кажарнович, В.Ф	SEO на результат: простые и понятные методы продвижения в интернете	СПб. [и др.] : Питер	2017
3	Дыкан А. В., Севостьянов И.О.	Увеличение продаж с SEO : преимущества SEO-оптимизации, раскрутка сайта, выбор оптимизатора	СПб. [и др.] : Питер	2016
4	Бондаренко В.А.	Маркетинг в цифровой экономике: теория и практика : коллектив. моногр.	М.: б. и	2020
5	Томашевский Д.	SEO для чайников	М. [и др.] : Диалектика	2017
6	Жильцова О.Н.	Цифровой маркетинг : учеб. для бакалавров	М. : Центркаталог	2020
7	Котлер Филипп	Маркетинг 4.0.	Питер	2019
8	Щербаков С.А.	Таргетированная реклама. Точно в яблочко : как быстро и дешево получать клиентов из соц. сетей	СПб. [и др.] : Питер	2021
9	Шевченко Д.А.	Цифровой маркетинг-микс : учебник	[Б. м.] : Изд. решения	2021
10	Чумиков, А. Н.	Медиарилейшнз : учеб. пособие	Аспект Пресс	2016

Б. Дополнительная литература.

N	Автор	Название	Издательство	Год издания
1	Кеннеди Дэн, Ким Уэлш-Филлипс.	Жесткий SMM : выжать из соцсетей максимум : пер. с англ..	М. : Альпина Паблишер	2017
2	Москалев С. М.	Интернет-технологии и реклама в бизнесе: учебное пособие	СПб. : БХВ-Петербург	2018
3	Кобелев, О. А.	Электронная коммерция: учебное пособие / О. А. Кобелев; под ред. С.В.Пирогова. - 4-е изд., перераб. и доп. - М.: Дашков и К, 2012 - 684с.	Питер	2013
4	Романов, А. А., Р. В. Каптюхин.	Управление рекламными кампаниями в СМИ учеб. пособие	Москва : Евразийский открытый институт	2010

В. Программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

- Журнал - <https://texterra.ru> инструмент для оценки посещаемости сайтов и анализа поведения пользователей - <https://metrika.yandex.ru/>

- <https://seosolution.com.ru/blog/socialmediamarketing.html> Социальный медиа маркетинг на ладони - SeoSolution -
- <https://lpgenerator.ru/blog/2015/05/21/что-такое-i-kak-proishodit-smm-i-smo-prodvizhenie-v-socialnyh-setyah/> Что такое и как происходит SMM и SMO продвижение в социальных сетях?
- Система контекстной рекламы - <http://www.google.ru/adwords/>

Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для проведения образовательного процесса требуется аудитория с трансформируемым пространством, оборудованная компьютером и проектором, необходимыми для демонстрации презентаций. Обязательное программное обеспечение – MS Office.

9. Язык преподавания: русский.

10. Преподаватели: д.э.н. Мисанова И.Н.

11. Автор программы: д.э.н. Мисанова И.Н.