

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:

ФИО: Комин Андрей Владимирович

Должность: ректор

Дата подписания: 02.02.2024 08:29:16

Приморский ГАТУ

f6c6d686f0c899fdf76a1ed8b448452ab8cac6fb1af6547b6d40cdf1bdc60ae2

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ

УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«ПРИМОРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ПРИНЯТО

На заседании Учёного совета
ФГБОУ ВО Приморский ГАТУ

Протокол № 3
от 27 ноября 2023 г.

УТВЕРЖДАЮ

Ректор ФГБОУ ВО
Приморский ГАТУ

_____ А.Э. Комин
27 ноября 2023 г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

МДК 04.03 ОРГАНИЗАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА МАРКЕТПЛЕЙСАХ

по специальности среднего профессионального образования

38.02.08 Торговое дело

форма обучения - очная

Уссурийск 2023

Фонд оценочных средств учебной дисциплины (модуля) составлен на основе требований Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 38.02.08 Торговое дело, утвержденного приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 19.07.2023 № 548 и учебного плана подготовки специалистов среднего звена, утвержденного ректором ФГБОУ ВО Приморский ГАТУ.

ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Результатом освоения программы учебной дисциплины является овладение обучающимися общими (ОК) и профессиональными (ПК) компетенциями:

Код компетенции	Содержательная часть компетенции
ПК 3.1.	Определять готовность веб-сайта к продвижению;
ПК 3.2.	Анализировать интернет-пространство, а также поведение пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет";
ПК 3.3.	Оформлять заявочные и платежные документы участников торгово-промышленной выставки;
ПК 3.4.	Проводить рекламные кампании в социальных медиа для привлечения пользователей в интернет-сообщество;
ПК 3.5.	Составлять технические задания в соответствии с требованиями заказчика;
ПК 3.6.	Проводить аналитические работы по реализации стратегий продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".

КОНТРОЛИРУЕМЫЕ РАЗДЕЛЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Контролируемые разделы дисциплины	Код формируемой компетенции	Оценочные средства
Раздел 1 Методология веб-анализа	ПК. 3.1. ПК. 3.2. ПК. 3.3. ПК 3.4. ПК. 3.5. ПК. 3.6.	Тестовые и практические задания по разделу
Раздел 2. Инструментарий веб-анализа	ПК. 3.1. ПК. 3.2. ПК. 3.3. ПК 3.4. ПК. 3.5. ПК. 3.6.	Тестовые и практические задания по разделу

КОМПЛЕКТ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Перечень типовых заданий

№ п/п	Оценочные мероприятия	Примеры типовых контрольных заданий
1.	Индивидуальное домашнее задание	<p>Проведите сегментирование целевой аудитории и выполните анализ конкурентов в онлайн-среде:</p> <p>1. 1. Целевая аудитория и сегменты. Выделить сегменты целевой аудитории. Минимум три, дать им название и краткую характеристику (2-3 строки) Остановиться на одном сегменте и составить аватар (портрет клиента). Использовать источники интернет: сервис wordstat https://wordstat.yandex.ru/ , ссылки на платные объявления yandex https://yandex.ru/search/ads?lr=67 , форумы, отзывы и др.</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Описание <input type="checkbox"/> Соц/дем характеристика <input type="checkbox"/> Мотив (потребность/боль) <input type="checkbox"/> Факторы принятия решения купить (что важно, на что обращают внимание)

№ п/п	Оценочны е мероприят ия	Примеры типовых контрольных заданий
		<p>при покупке, почему купят, что хотят от продукта/услуги),</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Возражения/опасения/страхи (почему не купят, что оттолкнет от покупки, какого продукта/услуги НЕ хотят) <input type="checkbox"/> Места обитания (онлайн и офлайн, где его искать) <p>2. Провести анализ конкурентов. Составить таблицу: минимум 6 конкурентов (3 местных, 3 крупных). Каждый пункт оценить по шкале от 0 до 10</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Наименование конкурента <input type="checkbox"/> Есть ли сайт (какой он, УТП, удобство, навигация, каталоги, фильтры, описание, отзывы, есть ли мобильная версия, есть ли спецпредложения, акции и т.п., сбор контактов в обмен на «полезность») <input type="checkbox"/> Выходит ли конкурент, когда набираешь в поисковике тему/продукт. Если выходит, то бесплатная это выдача или реклама. <input type="checkbox"/> Представлен ли конкурент в соцсетях (ссылки, число подписчиков, оформление, актуальность и частота контента). <input type="checkbox"/> Заинтересовал бы Вас этот конкурент, как клиента. Да/нет, почему. <input type="checkbox"/> Вывод: сильные и слабые стороны конкурента
2.	Тестирова ние	<p>Вопросы:</p> <p>1. 1. Укажите качественные показатели, характеризующие интернет-продвижение бизнеса.</p> <p>Отношение количества покупок, совершенных на сайте, к трафику</p> <p>Визиты</p> <p>Процент отказов</p> <p>Среднее время, проводимое пользователями на сайте</p> <p>Отношение звонков с сайта к трафику</p> <p>Количество пользователей, зашедших на сайт из социальных сетей</p> <p>Процент прироста трафика из органической выдачи</p> <p>2. Что такое целевое действие пользователя на сайте? Укажите наиболее правильный и полный ответ.</p> <p>Целевое действие – это звонок потенциального клиента в офис компании</p> <p>Целевое действие на сайте – это такое действие, которое демонстрирует заинтересованность пользователя в товаре или услуге компании: клик на определенную кнопку, посещение определенной страницы, заполнение формы</p> <p>Целевое действие – это время, которое проводит пользователь на сайте</p> <p>3. Укажите вариант, где верно описана последовательность разработки сайта.</p> <p>Составление технического задания, разработка дизайна, установка системы администрирования, наполнение сайта информацией, продвижение</p> <p>Предпроектное проектирование, составление технического задания, разработка дизайна, верстка, установка системы администрирования, программирование, тестирование, наполнение сайта информацией</p> <p>Составление технического задания, выбор системы администрирования, верстка, программирование, наполнение сайта информацией, проведение работ по стартовой поисковой оптимизации</p> <p>Составление договора на работы, разработка дизайна, верстка, программирование, наполнение сайта информацией, тестирование</p> <p>4. К чему приводит использование адаптивной верстки на сайте? Укажите все возможные последствия использования этого типа верстки.</p> <p>Сайт становится особенно привлекательным</p> <p>Сайт корректно отображается на экране мобильного телефона</p>

№ п/п	Оценочные мероприятия	Примеры типовых контрольных заданий
		<p>Страницы сайта становятся наиболее релевантными поисковым запросам</p> <p>Сайт можно просматривать на ТВ-экране</p> <p>Сайт не пессимизируется поисковыми машинами</p> <p>Процент отказов снижается</p> <p>5. Что такое поисковая оптимизация сайта? Укажите правильное определение.</p> <p>Поисковая оптимизация – это такая работа с сайтом и внешними факторами, влияющими на сайт, которая с некоторой долей вероятности приводит к тому, что сайт виден в выдаче поисковой машины определенным пользователям, использующим эту поисковую машину</p> <p>Поисковая оптимизация – это действия, которые производит поисковый оптимизатор с целью гарантированного вывода продвигаемого сайта в ТОП-10 Яндекса и Google</p> <p>Поисковая оптимизация – это инструмент интернет-маркетинга, который используется для гарантированного увеличения трафика из поисковых систем на продвигаемый сайт</p> <p>Поисковая оптимизация – это мошенническая деятельность поисковых оптимизаторов с целью незаконного выманивания денег у владельцев сайтов</p>
3.	Защита индивидуальных домашних заданий	<p>Вопросы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Какие критерии принятия решения Вы выявили у изучаемого сегмента целевой аудитории?
4.	Опрос	<p>Вопросы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Назовите и актуальные каналы трафика в России 2. Назовите основные маркетинговые стратегии 3. Каким образом провести исследование целевой аудитории в онлайн-среде 4. Основные принципы создания высококонверсионного сайта 5. Какие особенности продвижения товаров на маркетплейсах
5.	Контрольная работа	<p>Вопросы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ретаргетинг (или ремаркетинг) в рекламных системах – это: Рекламный механизм, посредством которого онлайн-реклама направляется тем пользователям, которые уже просмотрели рекламируемый продукт, посетив сайт рекламодателя <p>Перенаправление пользователя с рекламной площадки на сайт рекламодателя с использованием определенных интеллектуальных механизмов</p> <p>Изменение рекламного объявления в режиме реального времени в зависимости от того, какой именно пользователь просматривает рекламу</p>
6.	Промежуточная аттестация	<p>Вопросы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Совокупность маркетинговых приёмов, основанных на создании и/или распространении полезной для потребителя информации – это ... <ol style="list-style-type: none"> а) кастомизация; б) классифайд; в) контент-маркетинг; г) таргетинг; д) ретаргетинг.

№ п/п	Оценочны е мероприят ия	Примеры типовых контрольных заданий
		<p>Поисковые запросы могут быть:</p> <p>а) микрочастотные; б) низкочастотные; в) среднечастотные; г) высокочастотные; д) макрочастотные.</p> <p>Ситуация:</p> <p>1. Приморская швейная фабрика «Весна», специализируется на выпуске брюк, костюмов и платьев.</p> <p>1. Выделите и обоснуйте сегменты ЦА 2. Составьте воронку касаний с ЦА</p>

КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ

Критерии оценки тестового задания формируются следующим образом:

- при проверке заданий закрытого типа с указанием одного варианта ответа выставляется **1 балл** за правильный ответ.
- при проверке заданий открытого типа с указанием правильного варианта ответа выставляется **2 балла** за правильный ответ; **0 баллов** за неверный ответ;
- при проверке задания открытого типа с указанием развернутого варианта ответа выставляется **3 балла** за правильный ответ; **2 балла** за правильный ответ с незначительными недочетами; **1 балл** за ответ, имеющий существенные недостатки, но при дополнении ответ может стать правильным; **0 баллов** за полностью неверный ответ.
- оценка «зачтено» выставляется студенту, если набрано более 55% баллов;
- оценка «неудовлетворительно» - менее 55% баллов.