

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Шебзухов Тимур Александрович

Должность: Директор Пятигорского института (филиал) Северо-Кавказского
федерального университета

Дата подписания: 11.06.2024 12:00:55

Уникальный программный ключ: «СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

d74ce93cd40e39275c3ba2f58486412a1c8ef96f

Пятигорский институт (филиал) СКФУ

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

УТВЕРЖДАЮ

Зам. директора по УР

Пятигорского института (филиал)

СКФУ

Н.В. Данченко

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

ТАРГЕТИНГ

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

42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Коммуникативные технологии и реклама
2024
очная
6 семестре

Введение

1. Назначение фонда оценочных средств по дисциплине «Таргетинг» – выявление уровня сформированности компетенций по дисциплине.
 2. ФОС является приложением к программе дисциплины «Таргетинг»
 3. Разработчики: Разработчик: Голубова М.И., доцент кафедры Финансов и бухгалтерского учета
 4. Проведена экспертиза ФОС. Члены экспертной группы:
Председатель: Новосёлова Н.Н., зав кафедрой финансов и бухгалтерского учета
Новоселов С.Н., профессор кафедры финансов и бухгалтерского учета
Есакова Е.Е., доцент кафедры финансов и бухгалтерского учета

Представитель организации-работодателя
- Экспертное заключение: данный ФОС соответствует требованиям ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.
5. Срок действия ФОС определяется сроком реализации образовательной программы.

1. Описание показателей и критериев оценивания на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Уровни сформированности компетенци(ий), индикатора (ов)	Дескрипторы			
	Минимальный уровень не достигнут (Неудовлетворительно) 2 балла	Минимальный уровень (удовлетворительно) 3 балла	Средний уровень (хорошо) 4 балла	Высокий уровень (отлично) 5 баллов
<i>ПК-4 Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде</i>				
Результаты обучения по дисциплине (модулю): ИД-1 ПК-4 Знает инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн и онлайн среде	Отсутствие базовых знаний и инструментов трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности	Не в полной мере присутствуют знания и инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности	В достаточной степени обладает навыками использования инструментов трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности	На высоком уровне обладает навыками использования инструментов трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности
Результаты обучения по дисциплине (модулю): ИД-2 ПК-4 Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн и онлайн среде	Отсутствие базовых навыков применения инструментов трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде.	Не в полной мере присутствуют навыки применения инструментов трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде.	В достаточной степени обладает навыками применения инструментов трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде.	На высоком уровне обладает навыками применения инструментов трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде.
Результаты обучения по дисциплине (модулю): ИД-3 ПК-4 Владеет инструментами создания публицитного капитала в офлайн и онлайн среде	Отсутствие базовых навыков использования инструментов создания публицитного капитала в оффлайн и онлайн среде.	Не в полной мере присутствуют навыки использования инструментов создания публицитного капитала в оффлайн и онлайн среде.	В достаточной степени обладает навыками использования инструментов создания публицитного капитала в оффлайн и онлайн среде.	На высоком уровне обладает навыками использования инструментов создания публицитного капитала в оффлайн и онлайн среде.
<i>ПК-18 Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта</i>				
Результаты обучения по дисциплине (модулю): ИД-1 ПК-18 Знает основные технологии цифровых коммуникаций для	Отсутствие знаний основ системного подхода для решения поставленных задач.	Не в полной мере присутствуют знания основ системного подхода для решения поставленных задач	В достаточной степени знает основы системного подхода для решения поставленных задач	На высоком уровне знает основы системного подхода для решения поставленных задач

подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта				
Результаты обучения по дисциплине (модулю): ИД-2 ПК-18 Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта	Не знает процесс осуществления поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	Не достаточно полно знает процесс осуществления поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	Достаточно полно знает процесс осуществления поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	На высоком уровне знает процесс осуществления поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач
Результаты обучения по дисциплине (модулю): ИД-3 ПК-18 Владеет навыками использования современных технических средств и технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов	Не владеет навыками критического анализа и синтеза информации.	Не достаточно полно владеет навыками критического анализа и синтеза информации.	Достаточно полно владеет навыками критического анализа и синтеза информации.	На высоком уровне владеет навыками критического анализа и синтеза информации.

Оценивание уровня сформированности компетенции по дисциплине осуществляется на основе «Положения о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры - в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования «Северо-Кавказский федеральный университет» в актуальной редакции.

ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕРКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ

Номер задания	Правильные ответы	Содержание вопроса	Компетенция
1.		Для чего определяют Целевую аудиторию	
2.		Конкурентный анализ рынка	ПК-18
3.		Задачи конкурентного анализа	ПК-18
4.		Дайте определение понятию рекламный Креатив	ПК-18
5.		Дайте определение понятию «Целевая аудитория»	ПК-18
6.		<p>К наследственным конкурентным преимуществам персонала относится:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. темперамент; 2. умение формулировать личные цели и цели коллектива; 3. умение управлять своими эмоциями; 4. общительность коммуникабельность. 	ПК-18
7.		<p>Конкурирующие фирмы – это:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. фирмы, имеющие полностью или частично совпадающую фундаментальную нишу;* 2. борьба между фирмами на одном рыночном сегменте; 3. взаимодействие фирм на рынке за получение наивысшей прибыли. 4. фирмы, находящиеся на одной стадии жизненного цикла и в одной отрасли. 	ПК-18
8.		<p>Конкурентная стратегия, ориентированная на радикальные нововведения – это:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. виолентная стратегия; 2. коммутантная стратегия; 3. пациентная стратегия; 4. экплерентная стратегия. 	ПК-18
9.		<p>Рисковые вложения в деятельность фирм-пионеров (эксплерентов) ради получения сверхвысокой прибыли называют:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. резервным капиталом; 2. оборотным капиталом; 3. венчурным капиталом; 	ПК-18

		4. внеоборотным капиталом.	
10.		Назовите две самые популярные системы для аналитики и отслеживания результатов рекламы на сайте, а также поведения пользователей.	ПК-18
11.		Какой аббревиатурой обозначается адрес сайта?	ПК-18
12.		... - процент от общего количества людей на сайте, которые ушли с сайта до загрузки страницы или провели на сайте менее 15 секунд.	ПК-18
13.		Каков нормальный показатель отказов для соц. сетей?	ПК-18
14.		Как называется оставленная заявка с рекламы?	ПК-18
15.	 — это целенаправленная система спланированных рекламных мероприятий, объединенных одной идеей и концепцией для достижения конкретной маркетинговой цели в рамках согласованной маркетинговой стратегии рекламодателя, в установленные предварительным анализом период времени, область действия, рынок и целевую аудиторию.	ПК-18
16.		... - показатель, использующийся для оценки эффективности и рациональности инвестиций или для сравнения эффективности и прибыльности нескольких инвестиций.	ПК-18
17.		... – посетители любого вашего ресурса.	ПК-18
18.		... - переходы по ссылке в объявлении	ПК-18
19.		Как называется показатель количества показов объявления.	ПК-18
20.		Что означает CPL (Cost Per Lead)?	ПК-18
21.		Что означает CPC (cost per click).	ПК-18
22.		Как называются посетители любого вашего ресурса? 1. Тизер 2. Трафик 3. Профит 4. Оффер	ПК-18

23.		<p>Объектом конкуренции являются:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. товары и услуги, с помощью которых соперничающие фирмы стремятся завоевать признание и получить деньги потребителя; 2. фирмы-изготовители и фирмы-услугодатели; 3. потребности группы потребителей, образующих сегмент рынка; 4. группа потребителей, входящих в один сегмент рынка. 	ПК-4
24.		<p>Основными объектами управления конкурентоспособностью являются:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. продажная цена товара и полезный эффект от его использования; 2. издержки производства и сбыта; 3. полезный эффект и цена потребления; 	ПК-4
25.		... - одностраничный сайт для сбора контактов\продажи товара\услуги.	ПК-4
26.		При каком условии посетитель сайта считается уникальным?	ПК-4
27.		Что такое UTM метки?	ПК-4
28.	 - количество страниц сайта, просмотренных пользователями	ПК-4
29.		Что означает показатель «время просмотра»	ПК-4
30.		Что такое лидогенерация?	ПК-4
31.		... – выгодное предложение. Обоснование, почему надо купить этот продукт.	ПК-4
32.		Что такое парсер?	ПК-4
33.		Как называется таргетинг на людей, которые вам уже ранее известны (посетители сайта, прошлые клиенты и т.д.)?	ПК-4
34.	 – рекламное объявление в социальных сетях, показываемое людям, основываясь на определенных критериях.	ПК-4
35.		Как называется показатель количества уникальных людей, увидевших ваше объявление?	ПК-4
36.		Достижение целевого действия, а также процент достижения следующего этапа воронки называется...	ПК-4

37.		Как называется показатель количества раз, которое ваше объявление показывалось повторно	ПК-4
38.		Что означает CPM (cost per mile)?	ПК-4
39.		Что означает CTR (Click Through Rate)?	ПК-4
40.		... - ключевой показатель эффективности, который в первую очередь нужно отслеживать на проекте.	ПК-4
41.		Количество уникальных людей, увидевших ваше объявление – это: 1. Показы 2. Охват 3. Частота	ПК-4
42.		Кликабельность объявлений обозначается аббревиатурой: 1. CPL 2. CPC 3. CTR 4. CPA	ПК-4
43.		KPI – это: 1. Стоимость целевого действия 2. Количество уникальных людей, увидевших ваше объявление 3. Достижение целевого действия 4. Ключевой показатель эффективности	ПК-4
44.		Одностраничный сайт для сбора контактов\продажи товара\услуги называется... 1. URL 2. Лид 3. Лендинг 4. Парсер	ПК-4
45.		Рекламный баннер (картинка) или объявление, размещаемое в социальных сетях, содержащее картинку и текст – это ... 1. Модерация 2. Конверсия	ПК-4

		<ul style="list-style-type: none"> 3. Тизер 4. Трафик 	
46.		Как называется проверка рекламных объявлений на наличие слов или упоминаний сомнительных товаров и услуг, а также других несоответствий, указанных в правилах оформления рекламы.	ПК-4
47.		По какой формуле высчитывается CTR?	ПК-4
48.		<p>Программа, которая собирает данные потенциальных клиентов по определенным критериям называется:</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. Парсер 2. Профит 3. Оффер 4. Показы 	ПК-4
49.		<p>Сумма, которую клиент выделил на рекламную кампанию называется:</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. Лид 2. Бюджет 3. Профит 	ПК-4

2. Описание шкалы оценивания

В рамках рейтинговой системы успеваемость студентов по каждой дисциплине оценивается в ходе текущего контроля и промежуточной аттестации. Рейтинговая система оценки знаний студентов основана на использовании совокупности контрольных мероприятий по проверке пройденного материала (контрольных точек), оптимально расположенных на всем временном интервале изучения дисциплины. Принципы рейтинговой системы оценки знаний студентов основываются на положениях, описанных в Положении об организации образовательного процесса на основе рейтинговой системы оценки знаний студентов в ФГАОУ ВО «СКФУ».

Рейтинговая система оценки не предусмотрено для студентов, обучающихся на образовательных программах уровня высшего образования магистратуры, для обучающихся на образовательных программах уровня высшего образования бакалавриата заочной и очно-заочной формы обучения.

3. Критерии оценивания компетенций

Оценка «отлично» выставляется студенту, если он на повышенном уровне организует, руководит командной работой и принимает управленческие решения в рамках проекта на всех этапах его жизненного цикла.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он основы участия в организации и руководит командной работой и принимает управленческие решения в рамках проекта на всех этапах его жизненного цикла.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он частично как принимать участие в организации и руководит командной работой и принимает управленческие решения в рамках проекта на всех этапах его жизненного цикла.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он не знает как принимать участие в организации и не руководит командной работой и принимает управленческие решения в рамках проекта на всех этапах его жизненного цикла.