Приложение1

**Фонды оценочных средств для проверки каждой компетенции, формируемой дисциплиной**

*Учебная дисциплина****: Digital-маркетинг***

Компетенции:

ПКП-1 Способность диагностировать проблемы в процессе управления коммуникациями организации- объекта и обосновывать рекомендации по изменению ситуации

ПКП-3 Способность обосновывать коммуникационную и экономическую эффективность в выборе ключевых активностей при реализации стратегии интегрированных коммуникаций

| **Номер задания** | **Содержание задания** | **Правильный ответ** | **Компетенция** |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **Чему равно максимальное (положительное) значение показателя NPS (знак % не ставится)?** | *100* | ПКП-1 |
|  | **Каким категориям клиентов/потребителей задается дополнительный вопрос об улучшениях продукта/сервиса (по классической методике)?** | *нейтральным* | ПКП-1 |
|  | **Какая категория клиентов/потребителей не участвует в расчете показателя NPS (отсутствует в формуле)?** | *нейтральные* | ПКП-1 |
|  | **Какие значения NPS по авторской методике относятся к категории «отлично»?**   1. **0-25%** 2. **25- 49%** 3. **49-68%** 4. **68-100%** | *68-100%* | ПКП-1 |
|  | **Согласно методике расчета NPS, сколько отрицательных рекомендаций приходится на одну положительную (согласно концепции word-of-mouth)?**   1. **2** 2. **3.5** 3. **5** | *3.5* | ПКП-1 |
|  | **Чему равно минимальное (отрицательное) значение показателя NPS (знак % не ставится)?** | *-100* | ПКП-1 |
|  | **Допустим, компания Х проводила измерения индекса NPS два раза. Первый раз доля промоутеров составила 55%, во второй раз составила 45%. Может ли значение NPS при этом остаться неизменным?** | *да* | ПКП-1,  ПКП-3 |
|  | **Что важнее знать, что клиентам нравится в компании или что им не нравится?**   1. **Что нравится** 2. **Что не нравится** 3. **Оба знания одинаково важны** | *Оба знания одинаково важны* | ПКП-3 |
|  | **Предиктивная аналитика – это …** | *Класс методов анализа данных, концентрирующийся на прогнозировании будущего поведения объектов и субъектов с целью принятия оптимальных решений, Аналитика, позволяющая предсказывать те или иные события.* | ПКП-1 |
|  | **К какому модулю CRM системы относится задача планирования и контроля выполнения кампаний по продвижению?** | *Управление маркетингом* | ПКП-1 |
|  | **Какой это тип CRM систем: «Комплексы, предназначенные для анализа и обобщения собранных данных о клиентах»?**   1. **Операционный** 2. **Аналитический** 3. **Коллаборационный** 4. **Комбинированный** | *Аналитические* | ПКП-1 |
|  | **Какой подход к цифровой трансформации основывается на рассмотрении промышленности как производственной цепочки от разработки промышленной продукции до ее продажи и сервисного обслуживания?** | *Процессный* | ПКП-1 |
|  | **Чье определение цифровой экономики звучит так «Экономика, которая главным образом функционирует за счет цифровых технологий, особенно электронных транзакций, осуществляемых с использованием интернета»?**   1. **Толковый словарь Ожегова** 2. **Толковый словарь Даля** 3. **Оксфордский словарь** | *Оксфордский словарь* | ПКП-1 |
|  | **Согласно программе «Цифровая экономика», какая доля населения должна обладать цифровыми навыками к 2024 году?**   1. **10%** 2. **40%** 3. **90%** | *40%* | ПКП-1 |
|  | **Сфера экономики, которая включает в себя все финансовые и торговые транзакции, осуществляемые при помощи компьютерных сетей, и бизнес-процессы, связанные с проведением таких транзакций – это:** | *Электронная коммерция* | ПКП-3 |
|  | **Цифровые модели высокого уровня адекватности, учитывающие все технологии изготовления, материалы, соединения и механизмы – это** | *Цифровые двойники* | ПКП-1 |
|  | **Цифровая наружная реклама помогает:**   1. **повысить узнаваемость бренда** 2. **привлечь внимание аудитории к продуктам и услугам, скидкам и акциям, событиям и не только** 3. **сформировать спрос на новый продукт** 4. **повысить охват рекламной кампании** 5. **все вышеперечисленное** | *Все вышеперечисленное* | ПКП-3 |
|  | **Что такое AR?** | *Дополненная реальность* | ПКП-1 |
|  | **К какому сегменту AR будет относиться включение анимированного персонажа в игре в окружающее реальное пространство?** | *Активная реклама* | ПКП-1 |
|  | **К какому сегменту AR будет относиться интерактивная витрина магазина, которая может собираться под конкретного пользователя?** | *Пассивная реклама* | ПКП-1 |
|  | **От чего зависит показатель OTS в indoor рекламе?** | *Проходимость (траффик точки), коэффициент показа* | ПКП-3 |
|  | **К какому сегменту относится реклама в результатах поиска Яндекс и Google по классификации IAB?** | *Performance search* | ПКП-1 |
|  | **К чему относятся термины venue-based ads, in-store marketing, point-of-purchase ads, captive media?** | *Indoor реклама* | ПКП-1 |
|  | **Технология представления информации с электронных (цифровых) носителей (дисплеев, проекционных систем ит.д.), установленных в общественных местах – это:** | *Digital Signage* | ПКП-1 |
|  | **Экономическая деятельность, основанная на цифровых технологиях, связанная с электронным бизнесом и электронной коммерцией, и производимых и сбываемых ими электронными товарами и услугами – это:** | *Электронная экономика* | ПКП-1 |
|  | **Согласно программе «Цифровая экономика», каков должен быть процент взаимодействий граждан и коммерческих организаций с государственными (муниципальными) органами и бюджетными учреждениями, осуществляемых в цифровом виде?**   1. **20%** 2. **40%** 3. **70%** | *70%* | ПКП-1 |
|  | **К текущим затратам в проекте внедрения CRM системы являются…** | *Затраты на заработную плату менеджеров по продажам* | ПКП-3 |
|  | **Для какой концепции маркетинга характерны рынки C2C?** | *Sharing* | ПКП-3 |
|  | **К какому типу маркетинга относится утверждение: «Компания оценивает результаты своей деятельности не только в контексте продаж и выручки, но и с точки зрения увеличения стоимости бренда, удовлетворенности потребителя, учитывая, как финансовые, так и нефинансовые результаты своих действий»?** | *Маркетинг результатов* | ОПК-1 |
|  | **К какому типу маркетинга относится данная концепция: «Установление взаимовыгодных отношений с потребителями, каналами сбыта (посредниками), партнерами»?** | *Маркетинг взаимоотношений* | ПКП-1 |
|  | **Что НЕ может включать в себя цифровой след потребителя?** | *Например фотографии в семейном альбоме, хранящемся дома* | ПКП-3 |
|  | **К какой концепции маркетинга относится следующее: "Адаптивные кампании состоят из коротких циклов, или итераций. Если после проведения очередной интерации выявляется потребность внести изменения в первоначальный план, это можно сделать сразу"?** | *Agile маркетинг* | ПКП-3 |
|  | **Рекламные сети, располагающие информацией о поисковом и т.п. поведении пользователей – это** | *Таргетированные рекламные сети* | ПКП-1 |
|  | **Что такое SaaS модель?** | *Доступ к данным по подписке* | ПКП-1 |
|  | **Какие элементы включает в себя спектр реальности по Милграму:**   1. **Реальная среда** 2. **Виртуальная среда** 3. **Дополненная реальность** 4. **Дополненная виртуальность** 5. **Все перечисленное** | *Все перечисленное* | ПКП-1,  ПКП-3 |
|  | **Как называется концепция, позволяющая «полностью погрузить клиента в мир бренда» (аналог концепции 360, концепции интегрированных маркетинговых коммуникаций, TTL)?** | *Омниканальность* | ПКП-1 |
|  | **К какой составной части холистического маркетинга более всего относится следующая трудовая функция: развитие процессов и практик управления продуктами и их интеграции с остальными процессами организации?** | *Внутренний маркетинг* | ПКП-1,  ПКП-3 |
|  | **К какой составной части холистического маркетинга более всего относятся следующие трудовые действия согласно профессиональному стандарту: подготовка информационных сводок по конкурентам, отзывам потребителей, результатам продаж продукта, требованиям к продукту?** | *Интегрированный маркетинг* | ПКП-3 |
|  | **К какой трудовой функции относятся трудовые действия и умения согласно профессиональному стандарту: организация работы по проведению мероприятий по продвижению продукта; разработка маркетинговых планов?** | *Планирование и организация вывода продукта и его обновлений на рынок* | ПКП-3 |
|  | **Модель Дж. Маккарти – это модель:** | *4P* | ПКП-1 |
|  | **Электронная коммерция относится к следующей категории цифрового маркетинга:** | *Digital Distribution* | ПКП-1 |
|  | **Как называется следующая категория рыночных сегментов: несколько сегментов, выбранных фирмой для своей маркетинговой деятельности?** | *Целевой рынок* | ПКП-3 |
|  | **Футер – это…** | *Нижняя часть e-mail с общей информацией о компании* | ПКП-1 |
|  | **Тип маркетинга, при котором клиенту посылают регулярные письма?** | *Капельный маркетинг* | ПКП-3 |
|  | **Грейлистинг – это…** | *Способ автоматической блокировки спама* | ПКП-1 |
|  | **К поведенческому ретаргетингу при составлении писем относится:**   1. **Чем подписчик интересовался на нашем сайте** 2. **С какого сайта пришел подписчик** 3. **И то и другое** | *И то и другое* | ПКП-1,  ПКП-3 |
|  | **В какой форме подписки лучше всего разметить анонс рекламной акции?** | *Всплывающее окно после открытия сайта* | ПКП-1,  ПКП-3 |
|  | **Вторая задача е-mail-маркетинга?** | *Удержание покупателей, которые совершили одну покупку* | ПКП-1,  ПКП-3 |
|  | **Рекламный модуль, при нажатии на который в новом окне браузера открывается страница с рекламным содержанием – это:** | *Поп-андер* | ПКП-1 |
|  | **Какую часть веб-страницы по статистике просматривают внимательнее?**   1. **Левую** 2. **Правую** 3. **Середину** | *Левую* | ПКП-1,  ПКП-3 |