

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЛУГАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ ВЛАДИМИРА ДАЛЯ»

**Институт управления и государственной службы
Кафедра управления персоналом и экономической теории**



УТВЕРЖДАЮ:
Директор института управления и
государственной службы
Р.Г. Харьковский
(подпись)
«15» января 2025 года

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по учебной дисциплине**

Технологии продвижения брендов в цифровой среде

(наименование учебной дисциплины, практики)

43.03.01 Сервис

(код и наименование направления подготовки (специальности))

«Управление бизнес-процессами в сфере услуг»

(наименование профиля подготовки (специальности, магистерской программы); при отсутствии ставится прочерк)

Разработчик:
Доцент

(подпись)

Шильникова З.Н.

ФОС рассмотрен и одобрен на заседании кафедры управления персоналом и экономической теории от «14» января 2025 г., протокол № 10

Заведующий кафедрой
Управления персоналом
и экономической теории

(подпись)

Чумаченко Г.В.

Луганск 2025 г.

**Комплект оценочных материалов по дисциплине
«Технологии продвижения брендов в цифровой среде»**

Задания закрытого типа

Задания закрытого типа на выбор правильного ответа

1. Выберите один правильный ответ

Что из перечисленного является ключевой особенностью DIGITAL-маркетинга?

- А) Использование традиционных каналов коммуникации
- Б) Ориентация на массовую аудиторию
- В) Измерение результатов в режиме реального времени
- Г) Фокус на офлайн-продажах

Правильный ответ: В

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.1)

2. Выберите один правильный ответ

Что такое поисковое продвижение (SEO)?

- А) Размещение рекламы в поисковых системах
- Б) Оптимизация сайта для повышения его позиций в поисковой выдаче
- В) Создание контента для социальных сетей
- Г) Рассылка электронных писем

Правильный ответ: Б

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.1)

3. Выберите один правильный ответ

Какова *основная цель* цифровых коммуникаций?

- А) Увеличение продаж
- Б) Повышение узнаваемости бренда
- В) Формирование лояльности клиентов
- Г) Все вышеперечисленное

Правильный ответ: Г

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.1)

4. Выберите один правильный ответ

Что *не является* способом привлечения посетителей из поисковых систем?

- А) SEO-оптимизация
- Б) Контекстная реклама
- В) Таргетированная реклама
- Г) Написание качественного контента

Правильный ответ: В

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.1)

5. Выберите один правильный ответ

Что такое “стиль” в контексте личного бренда?

- А) Манера одеваться
- Б) Способ коммуникации и формирования эмоциональной связи
- В) Умение вести переговоры
- Г) Навыки публичных выступлений

Правильный ответ: Б

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.1)

6. Выберите один правильный ответ

Что такое таргетированная реклама?

- А) Реклама, показываемая всем пользователям
- Б) Реклама, показываемая определенной целевой аудитории
- В) Реклама, размещаемая в поисковых системах
- Г) Реклама, размещаемая на сайтах партнеров

Правильный ответ: Б

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.1)

7. Выберите один правильный ответ

Что не входит в задачи продуктовой аналитики?

- А) Анализ поведения пользователей внутри сервисов и приложений
- Б) Определение наиболее популярных функций
- В) Оценка эффективности рекламных кампаний
- Г) Выявление проблем пользовательского опыта

Правильный ответ: В

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.1)

Задания закрытого типа на установление соответствия

1. Установите соответствие между термином и его определением.

Определение/Характеристика	Термин/Понятие
1) Уникальный образ человека, который формируется в сознании целевой аудитории.	А) Личный бренд
2) Создание визуального образа и позиционирования личного бренда.	Б) Упаковка
3) Анализ сильных и слабых сторон, ценностей и целей человека для формирования личного бренда.	В) Аудит личности

Правильный ответ: 1-А, 2-Б, 3-В

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.1)

2. Установите соответствие между термином и его определением.

Определение/Характеристика	Термин/Понятие
1) Ключевые показатели эффективности.	А) KPI

- 2) Пользователь социальной сети, ведущий свой блог и имеющий большую аудиторию подписчиков. Б) Блогер
- 3) Сайт или платформа, на которой пользователи могут оставлять отзывы о товарах и услугах. В) Отзовик

Правильный ответ: 1-А, 2-Б, 3-В

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.1)

Задания закрытого типа на установление правильной последовательности

1. *Расположите этапы разработки стратегии цифровой коммуникации в правильной последовательности:*

- А) Определение целевой аудитории
- Б) Выбор каналов коммуникации
- В) Определение целей коммуникации
- Г) Разработка контент-плана
- Д) Оценка результатов

Правильный ответ: В, А, Б, Г, Д

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.1)

Задания открытого типа

Задания открытого типа на дополнение

1. *Заполните пропущенное слово (словосочетание):*

Digital-маркетинг – это продвижение товаров и услуг с использованием _____ каналов коммуникации.

Правильный ответ: цифровых

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.1)

2. *Заполните пропущенное слово (словосочетание):*

Email-маркетинг позволяет осуществлять _____ с целевой аудиторией посредством электронных писем.

Правильный ответ: коммуникацию

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.1)

3. *Заполните пропущенное слово (словосочетание):*

В цифровой коммуникации ключевым элементом является _____, т.е. двустороннее взаимодействие.

Правильный ответ: интерактивность

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.1)

4. *Заполните пропущенное слово (словосочетание):*

Медиа-показатели эффективности позволяют оценить _____ рекламной кампании.

Правильный ответ: эффективность

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.1)

5. Заполните пропущенное слово (словосочетание):

Личный бренд – это уникальный _____ человека, который формируется в сознании целевой аудитории.

Правильный ответ: образ

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.1)

6. Заполните пропущенное слово (словосочетание):

Таргетированная реклама ориентирована на определенную _____ по заданным критериям.

Правильный ответ: целевую аудиторию

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.1)

7. Заполните пропущенное слово (словосочетание):

Web-аналитика предполагает сбор, измерение, анализ и _____ данных о посетителях веб-сайта.

Правильный ответ: интерпретацию

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.1)

Задания открытого типа с кратким свободным ответом

1. Ответьте на вопрос:

Опишите, каким образом изменилось понятие бренда в эпоху цифровых технологий. Какие новые характеристики и требования предъявляются к брендам в цифровой среде?

Правильный ответ:

Изменение понятия бренда: От набора визуальных атрибутов и обещаний к интерактивному взаимодействию, репутации, формируемой пользователями, и ценностям, которые бренд транслирует.

Новые характеристики: Аутентичность, прозрачность, социальная ответственность, способность к взаимодействию и персонализации, адаптивность.

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.1)

2. Ответьте на вопрос:

Раскройте, как потребители взаимодействуют с брендами в цифровой среде. Какие каналы и инструменты они используют для поиска информации, сравнения товаров и услуг, и принятия решений о покупке?

Правильный ответ:

Каналы: Социальные сети, поисковые системы, сайты с отзывами, блоги, форумы, email-рассылки, мобильные приложения.

Инструменты: Поиск информации, сравнение цен, чтение отзывов, общение с представителями бренда, участие в обсуждениях, просмотр контента, онлайн-консультации.

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.1)

Задания открытого типа с развернутым ответом

1. *Прочитайте текст задания. Продумайте логику и полноту ответа. Запишите ответ, используя точную формулировку.*

Какие этапы включает в себя разработка стратегии продвижения бренда в цифровой среде?

Время выполнения: 10 мин.

Ожидаемый результат:

Разработка стратегии продвижения бренда в цифровой среде включает последовательные этапы: анализ ситуации (SWOT-анализ, изучение конкурентов и целевой аудитории), определение целей и задач по принципу SMART, уточнение портрета целевой аудитории, выбор каналов и инструментов продвижения, создание контент-стратегии и SMM-стратегии, планирование бюджета, реализацию запланированных мероприятий, анализ результатов и их оценку, а также дальнейшую оптимизацию стратегии на основе полученных данных.

Критерий оценивания:

Ответ должен содержать описание всех ключевых этапов разработки стратегии: анализ ситуации, определение целей и аудитории, выбор каналов и инструментов, разработку контент- и SMM-стратегии, планирование бюджета, реализацию, анализ результатов и оптимизацию.

Компетенции (индикаторы): ПК-1 (ПК-1.1)

Экспертное заключение

Представленный фонд оценочных средств (далее – ФОС) по дисциплине «Технологии продвижения брендов в цифровой среде» соответствует требованиям ФГОС ВО.

Предлагаемые формы и средства текущего и промежуточного контроля адекватны целям и задачам реализации основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 43.03.01 Сервис.

Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины представлены в полном объеме.

Виды оценочных средств, включенные в представленный фонд, отвечают основным принципам формирования ФОС.

Разработанный и представленный для экспертизы фонд оценочных средств рекомендуется к использованию в процессе подготовки обучающихся по указанному направлению подготовки 43.03.01 Сервис.

Председатель учебно-методической комиссии
института управления и государственной службы _____ Студеникина В.П.



Лист изменений и дополнений

№ п/п	Виды дополнений и изменений	Дата и номер протокола заседания кафедры (кафедр), на котором были рассмотрены и одобренны изменения и дополнения	Подпись (с расшифровкой) заведующего кафедрой (заведующих кафедрами)