

**Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования
«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»
(Финансовый университет)**

Тульский филиал Финуниверситета

Кафедра «Математика и информатика»

СОГЛАСОВАНО

ЗАО «ЛИМ»

Генеральный директор

 **В.В. Куликов**
«19» декабря 2024 г.



УТВЕРЖДАЮ

Директор филиала

 **Г.В. Кузнецов**

«24» декабря 2024 г.



Н.О. Козлова

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ
МАРКЕТИГ ЦИФРОВЫХ ПРОДУКТОВ И УСЛУГ**

для студентов, обучающихся по направлению подготовки
09.03.02 Информационные системы и технологии,
образовательная программа «Информационные технологии в экономике»,
профиль «Информационные технологии в управлении цифровой
экономикой»

*Рекомендовано Ученым советом Тульского филиала Финуниверситета
(протокол от 24 декабря 2024 г. № 22)*

*Одобрено заседанием кафедр «Математика и информатика»
(протокол от 02 декабря 2024 г. № 5)*

Тула 2024

«Маркетинг цифровых продуктов и услуг»

КОД И НАИМЕНОВАНИЕ ОПОП:

09.03.02 Информационные системы и технологии

Образовательная программа - Информационные технологии в экономике

Профиль «Информационные технологии в управлении цифровой экономикой»

Общее количество заданий по дисциплине

Код компетенции	Наименование компетенции	Количество заданий
УК-9	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	40
Всего:		40

Количество заданий по дисциплине в одном варианте

Код компетенции	Наименование компетенции	Количество заданий
УК-9	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	20
Всего:		20

Типы заданий

Наименование типа заданий	Номер типа заданий
Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из предложенных	1
Задание открытого типа	2
Задание открытого типа с развернутым ответом	3

Распределение заданий по компетенциям

Код компетенции	Наименование компетенции	Наименование индикаторов сформированности компетенции	Семестр	Номер задания
УК-9	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	1. Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике.	3	1.1, 1.2, 2.1, 2.2, 3.1, 3.2, 4.1, 4.2, 5.1, 5.2, 6.1, 6.2, 7.1, 7.2, 8.1, 8.2, 9.1, 9.2, 10.1, 10.2
		2. Применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей, использует финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом), контролирует собственные экономические и финансовые риски.	3	11.1, 11.2, 12.1, 12.2, 13.1, 13.2, 14.1, 14.2, 15.1, 15.2, 16.1, 16.2, 17.1, 17.2, 18.1, 18.2, 19.1, 19.2, 20.1, 20.2

Типы, уровень сложности и время выполнения заданий

Код компетенции	Индикатор сформированности компетенции	Номер задания	Тип задания	Уровень сложности задания	Время выполнения задания (мин.)
УК-9	Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике.	1.1, 1.2.	1	базовый	2
	Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике.	2.1, 2.2	1	базовый	2
	Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике.	3.1, 3.2	1	базовый	2
	Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике.	4.1, 4.2	1	базовый	2
	Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике.	5.1, 5.2	1	базовый	2
	Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике.	6.1, 6.2.	2	повышенный	4
	Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике.	7.1, 7.2	2	повышенный	4
	Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике.	8.1, 8.2	2	повышенный	4
	Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике.	9.1, 9.2	3	высокий	8
	Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике.	10.1, 10.2	3	высокий	8
	Применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей, использует	11.1, 11.2.	1	базовый	2

	финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом), контролирует собственные экономические и финансовые риски.				
	Применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей, использует финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом), контролирует собственные экономические и финансовые риски.	12.1, 12.2	1	базовый	2
	Применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей, использует финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом), контролирует собственные экономические и финансовые риски.	13.1, 13.2	1	базовый	2
	Применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей, использует финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом), контролирует собственные экономические и финансовые риски.	14.1, 14.2	1	базовый	2
	Применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей, использует финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом), контролирует собственные экономические и финансовые риски.	15.1, 15.2	1	базовый	2
	Применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей, использует финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом), контролирует собственные экономические и финансовые риски.	16.1, 16.2.	2	повышенный	4
	Применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей, использует финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом), контролирует	17.1, 17.2	2	повышенный	4

	собственные экономические и финансовые риски.				
	Применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей, использует финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом), контролирует собственные экономические и финансовые риски.	18.1, 18.2	3	высокий	8
	Применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей, использует финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом), контролирует собственные экономические и финансовые риски.	19.1, 19.2	3	высокий	8
	Применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей, использует финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом), контролирует собственные экономические и финансовые риски.	20.1, 20.2	3	высокий	8

Задания, позволяющие осуществлять оценку компетенций, установленных для дисциплины

Вариант 1

Задание 1.1.

Какой из следующих методов наиболее эффективен для привлечения трафика на сайт цифрового продукта?

- А) Печатная реклама.
- Б) SEO (поисковая оптимизация).
- В) Телефонные звонки.
- Г) Прямые почтовые рассылки.

Ответ:

Задание 2.1.

Какой из следующих инструментов используется для анализа поведения пользователей на сайте?

- А) CRM-система.
- Б) Рекламные баннеры.
- В) Email-рассылка.
- Г) Google Analytics

Ответ:

Задание 3.1.

Что такое "А/В тестирование" в цифровом маркетинге?

- А) Сравнение двух версий веб-страницы для определения более эффективной.
- Б) Метод оценки качества продукта.
- В) Процесс создания рекламного контента.
- Г) Анализ конкурентов

Ответ:

Задание 4.1.

Какой из следующих каналов наиболее эффективен для продвижения цифровых услуг?

- А) Телевизионная реклама.
- Б) Социальные сети.
- В) Печатные издания.
- Г) Радио.

Ответ:

Задание 5.1.

Какой из следующих методов является частью контент-маркетинга?

- А) Платная реклама.
- Б) Прямые продажи.
- В) Создание блогов и статей.
- Г) Холодные звонки

Ответ:

Задание 6.1.

Какой основной отличительный признак цифрового продукта?

Ответ:

Задание 7.1.

Как называется действие пользователя на сайте, которое соответствует поставленной цели (покупка, регистрация)

Ответ:

Задание 8.1.

Что такое SMM?

Ответ:

Задание 9.1.

Назовите не менее трех продвинутых инструментов цифрового маркетинга.

Ответ:

Задание 10.1.

Охарактеризуйте нативную рекламу.

Ответ:

Задание 11.1.

Какой из следующих показателей наиболее важен для оценки эффективности email-маркетинга?

- А) Количество отправленных писем.
- Б) Открываемость писем.
- В) Количество подписчиков.
- Г) Время отправки писем

Ответ:

Задание 12.1.

Какой из следующих типов контента лучше всего подходит для повышения вовлеченности в социальных сетях?

- А) Текстовые посты.
- Б) Инфографика.
- В) Видеоролики.
- Г) Ссылки на внешние источники

Ответ:

Задание 13.1.

Какой из следующих методов является наиболее эффективным для создания лояльности клиентов?

- А) Снижение цен на продукты.
- Б) Персонализированные предложения и акции.
- В) Ограничение доступа к информации о продукте.
- Г) Увеличение сроков доставки

Ответ:

Задание 14.1.

Что такое "ретаргетинг" в цифровом маркетинге?

- А) Реклама, показываемая пользователям, которые уже посещали сайт.
- Б) Метод создания нового контента.
- В) Процесс создания базы подписчиков.
- Г) Анализ конкурентов

Ответ:

Задание 15.1.

Какой из следующих показателей наиболее важен для оценки успеха контент-маркетинга?

- А) Количество публикаций.
- Б) Общее время, проведенное на сайте.
- С) Количество сотрудников, работающих над контентом.
- Г) Вовлеченность аудитории (лайки, комментарии, репосты)

Ответ:

Задание 16.1.

Укажите три модели монетизации цифровых продуктов?

Ответ:

Задание 17.1.

Какие уведомления используют для информирования пользователей и возвращения их к продукту?

Ответ:

Задание 18.1.

Для чего используется контент-маркетинг?

Ответ:

Задание 19.1.

Что такое SEO (продвижение сайта в поисковых системах)?

Ответ:

Задание 20.1.

Укажите отличия цифрового маркетинга от интернет-маркетинга.

Ответ:

Вариант 2**Задание 1.2.**

Что такое "потребительский путь" в контексте цифрового маркетинга?

- А) Путь, который проходит продукт до поступления на рынок.
- Б) Процесс, который проходит потребитель от осознания потребности до покупки.
- В) Географическое местоположение потребителей.
- Г) Стратегия ценообразования

Ответ:

Задание 2.2.

Какой из следующих методов наиболее распространен для повышения конверсии на сайте?

- А) Оптимизация пользовательского интерфейса (UI).
- Б) Увеличение цены продукта.
- В) Сокращение ассортимента.
- Г) Уменьшение количества информации о продукте

Ответ:

Задание 3.2.

Какой из следующих факторов не влияет на позицию сайта в поисковых системах?

- А) Качество контента.
- Б) Количество внешних ссылок.
- В) Время загрузки страницы.

Г) Цветовая гамма сайта

Ответ:

Задание 4.2.

Что такое "лид" в контексте цифрового маркетинга?

- А) Потенциальный клиент, проявивший интерес к продукту или услуге.
- Б) Конечный покупатель.
- В) Продукт, который не пользуется спросом.
- Г) Конкурент

Ответ:

Задание 5.2.

Что такое "первый контакт" в цифровом маркетинге?

- А) Первый раз, когда клиент видит продукт.
- Б) Первый раз, когда клиент покупает продукт.
- В) Первый раз, когда клиент подписывается на рассылку.
- Г) Первый раз, когда клиент оставляет отзыв

Ответ:

Задание 6.2.

Как называется бесплатная базовая версия продукта с платными расширенными функциями?

Ответ:

Задание 7.2.

Показы рекламы пользователям, которые уже взаимодействовали с продуктом – это

...

Ответ:

Задание 8.2.

Что такое SEO?

Ответ:

Задание 9.2.

Приведите пример применения цифрового маркетинга с помощью цифрового телевидения.

Ответ:

Задание 10.2.

Приведите не менее трех примеров преимуществ цифрового маркетинга.

Ответ:

Задание 11.2.

Что такое "показатель отказов" (bounce rate)?

- А) Процент пользователей, которые подписались на рассылку.

- Б) Процент пользователей, покинувших сайт после просмотра одной страницы.
- В) Процент пользователей, которые сделали покупку.
- Г) Процент пользователей, вернувшихся на сайт

Ответ:

Задание 12.2.

Какой из следующих факторов может способствовать улучшению SEO?

- А) Использование ключевых слов в заголовках и метатегах.
- Б) Уменьшение количества страниц на сайте.
- В) Игнорирование мобильной версии сайта.
- Г) Использование Flash-технологий

Ответ:

Задание 13.2.

Какой из следующих инструментов используется для управления рекламными кампаниями в социальных сетях?

- А) Google AdWords.
- Б) Facebook Ads Manager.
- В) Microsoft Excel.
- Г) CRM-система

Ответ:

Задание 14.2.

Какой из следующих методов может помочь в улучшении пользовательского опыта (UX) на сайте?

- А) Увеличение количества рекламных баннеров.
- Б) Сокращение времени загрузки страниц.
- В) Уменьшение количества информации о продукте.
- Г) Игнорирование отзывов пользователей

Ответ:

Задание 15.2.

Какой из следующих подходов является частью стратегии "омниканального" маркетинга?

- А) Использование только одного канала для продаж.
- Б) Сосредоточение на печатной рекламе.
- В) Интеграция всех каналов коммуникации для создания единого опыта.
- Г) Игнорирование отзывов клиентов

Ответ:

Задание 16.2.

Это комплекс стратегий и тактик для продвижения цифровых товаров и услуг с использованием онлайн-каналов – это ...

Ответ:

Задание 17.2.

Какую роль играют отзывы пользователей для цифрового продукта? Приведите не менее двух аргументов.

Ответ:

Задание 18.2.

Дайте определение цифровому продукту:

Ответ:

Задание 19.2.

Охарактеризуйте SMM или социальный маркетинг.

Ответ:

Задание 20.2.

Как рассчитывают коэффициент оттока клиентов? Покажите возможности его использования в цифровом маркетинге.

Ответ:

Ключи к оцениванию заданий

Вариант 1

№ задания	Верный ответ	Критерии оценивания
1.1	Б	1 балл – полное совпадение с верным ответом 0 баллов – неверный ответ или его отсутствие
2.1	Г	1 балл – полное совпадение с верным ответом 0 баллов – неверный ответ или его отсутствие
3.1	А	1 балл – полное совпадение с верным ответом 0 баллов – неверный ответ или его отсутствие
4.1	Б	1 балл – полное совпадение с верным ответом 0 баллов – неверный ответ или его отсутствие
5.1	В	1 балл – полное совпадение с верным ответом 0 баллов – неверный ответ или его отсутствие
6.1	Нематериальность	2 балла – полное совпадение с верным ответом 1 балл – правильный ответ, без обоснования 0 баллов – неверный ответ или его отсутствие
7.1	Конверсия	2 балла – полное совпадение с верным ответом 1 балл – правильный ответ, без обоснования 0 баллов – неверный ответ или его отсутствие
8.1	Маркетинг в социальных сетях	2 балла – полное совпадение с верным ответом 1 балл – правильный ответ, без обоснования 0 баллов – неверный ответ или его отсутствие
9.1	Контекстная реклама, Таргетные объявления, Нативная реклама, реклама в мобильных приложениях.	3 балла – полное совпадение с верным ответом 1 балл – правильный ответ, без обоснования 0 баллов – неверный ответ или его отсутствие
10.1	Нативная реклама. В этом случае упоминание продукта органично вписано в текст статьи. Нативная реклама воздействует на читателя сильнее, чем раздражающие всплывающие рекламные окна.	3 балла – полное совпадение с верным ответом 1 балл – правильный ответ, без обоснования 0 баллов – неверный ответ или его отсутствие
11.1	Б	1 балл – полное совпадение с верным ответом 0 баллов – неверный ответ или его отсутствие
12.1	В	1 балл – полное совпадение с верным ответом 0 баллов – неверный ответ или его отсутствие
13.1	Б	1 балл – полное совпадение с верным ответом 0 баллов – неверный ответ или его отсутствие
14.1	А	1 балл – полное совпадение с верным ответом 0 баллов – неверный ответ или его отсутствие
15.1	Г	1 балл – полное совпадение с верным ответом 0 баллов – неверный ответ или его отсутствие
16.1	Freemium, подписка, реклама, разовая покупка.	2 балла – полное совпадение с верным ответом 1 балл – правильный ответ, без обоснования 0 баллов – неверный ответ или его отсутствие
17.1	Push-уведомления	2 балла – полное совпадение с верным ответом 1 балл – правильный ответ, без обоснования 0 баллов – неверный ответ или его отсутствие
18.1	Контент-маркетинг используется для привлечения и удержания аудитории через полезный и интересный контент.	3 балла – полное совпадение с верным ответом 1 балл – правильный ответ, без обоснования 0 баллов – неверный ответ или его отсутствие
19.1	SEO (продвижение сайта в поисковых системах) – это получение трафика с поисковой выдачи в поисковых системах, является долгосрочным инструментом, требует работы как с технической частью (оптимизация архитектуры сайта, работа с HTML и ссылками), так и с контентом,	3 балла – полное совпадение с верным ответом 1 балл – правильный ответ, без обоснования 0 баллов – неверный ответ или его отсутствие

	который не только повышает рейтинг в поисковой выдаче, но и формирует доверие к продукту и компании.	
20.1	Цифровой маркетинг использует инструменты интернет-маркетинга, но не ограничивается ими. Он также задействует цифровые каналы, которые не относятся к интернету: радиорекламу и ТВ-рекламу, мобильную рекламу, QR-коды, смс-рассылки.	3 балла – полное совпадение с верным ответом 1 балл – правильный ответ, без обоснования 0 баллов – неверный ответ или его отсутствие

Вариант 2

№ задания	Верный ответ	Критерии оценивания
1.2	Б	1 балл – полное совпадение с верным ответом 0 баллов – неверный ответ или его отсутствие
2.2	А	1 балл – полное совпадение с верным ответом 0 баллов – неверный ответ или его отсутствие
3.2	Г	1 балл – полное совпадение с верным ответом 0 баллов – неверный ответ или его отсутствие
4.2	А	1 балл – полное совпадение с верным ответом 0 баллов – неверный ответ или его отсутствие
5.2	А	1 балл – полное совпадение с верным ответом 0 баллов – неверный ответ или его отсутствие
6.2	Модель freemium	2 балла – полное совпадение с верным ответом 1 балл – правильный ответ, без обоснования 0 баллов – неверный ответ или его отсутствие
7.2	Ретаргетинг	2 балла – полное совпадение с верным ответом 1 балл – правильный ответ, без обоснования 0 баллов – неверный ответ или его отсутствие
8.2	Поисковая оптимизация, направленная на улучшение позиций сайта в поисковых системах	2 балла – полное совпадение с верным ответом 1 балл – правильный ответ, без обоснования 0 баллов – неверный ответ или его отсутствие
9.2	Цифровое телевидение соединяется с интернет-приложениями. С помощью телевизора люди уже могут зайти в свои аккаунты в соцсетях, посмотреть видеоролик и просмотреть новостную ленту.	3 балла – полное совпадение с верным ответом 1 балл – правильный ответ, без обоснования 0 баллов – неверный ответ или его отсутствие
10.2	Преимущества digital-marketing: 1) использует офлайн- и онлайн-инструменты; 2) работает с более широкой аудиторией, охватывает тех, кто не пользуется интернетом; 3) выстраивает персонализированную коммуникацию с пользователями; 4) позволяет анализировать эффективность рекламных кампаний.	3 балла – полное совпадение с верным ответом 1 балл – правильный ответ, без обоснования 0 баллов – неверный ответ или его отсутствие
11.2	Б	1 балл – полное совпадение с верным ответом 0 баллов – неверный ответ или его отсутствие
12.2	А	1 балл – полное совпадение с верным ответом 0 баллов – неверный ответ или его отсутствие
13.2	Б	1 балл – полное совпадение с верным ответом 0 баллов – неверный ответ или его отсутствие
14.2	Б	1 балл – полное совпадение с верным ответом 0 баллов – неверный ответ или его отсутствие
15.2	В	1 балл – полное совпадение с верным ответом 0 баллов – неверный ответ или его отсутствие
16.2	Маркетинг цифровых продуктов	2 балла – полное совпадение с верным ответом 1 балл – правильный ответ, без обоснования 0 баллов – неверный ответ или его отсутствие
17.2	Улучшают репутацию и повышают доверие новых клиентов.	2 балла – полное совпадение с верным ответом 1 балл – правильный ответ, без обоснования 0 баллов – неверный ответ или его отсутствие
18.2	Цифровой продукт — это нематериальный продукт, который распространяется и используется в цифровой среде, например, приложения, софт, контент.	3 балла – полное совпадение с верным ответом 1 балл – правильный ответ, без обоснования 0 баллов – неверный ответ или его отсутствие
19.2	SMM или социальный маркетинг - привлечение трафика/внимания аудитории	3 балла – полное совпадение с верным ответом 1 балл – правильный ответ, без обоснования

	через социальные сети. Благодаря огромной активной аудитории соцсети используют как для продвижения бренда, так и для расширения аудитории и даже для активных продаж. Он также помогает находить лояльную аудиторию, получать обратную связь и увеличивать активность пользователей	0 баллов – неверный ответ или его отсутствие
20.2	Коэффициент оттока показывает процент пользователей, которые перестали возвращаться на сайт. Если показатель высокий, важно найти причину оттока и устранить ее. Часто клиенты уходят из-за неудобного интерфейса или некачественного контента, который не соответствует их интересам.	3 балла – полное совпадение с верным ответом 1 балл – правильный ответ, без обоснования 0 баллов – неверный ответ или его отсутствие