ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сведения о сертификате ЭП

Сертификат: 4187300118CCB3606C1AF1554B071263
Владелец: Бабин Владислав Николаевич
Действителен: с 08.12.2025 г. по 03.03.2027 г.

ФГБОУ ВО Университет биотехнологий

Кафедра управления и отраслевой экономики

Рег. №РУ417.03-66 0,017
«20» 01 2026 г.

УТВЕРЖДЕН
на заседании кафедры
Протокол от «15» 01 2026 г. № 8
Заведующий кафедрой управления и отраслевой экономики
_____ Н.А. Щербакова
(подпись)

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Б1.В.ДВ.07.01 Инновационный маркетинг
Шифр и наименование дисциплины

38.03.02 Менеджмент
Код и наименование направления подготовки

Логистика и управление цепями поставок
Направленность (профиль)

Новосибирск 2026

Паспорт
фонда оценочных средств

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины*	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства
1	Методы генерации идей в организации	ПК-3	Вопросы для собеседования
2	Восприятие инноваций в организации		Практические задания
3	Диффузия инноваций и жизненный цикл товара		Практические задания
4	Восприятие потребителем инноваций		Практические задания
5	Управление поведением потребителей при выводе инноваций на рынок		Практические задания
6	Продвижение инноваций		Практические задания
7	Новые методы продвижения товаров и услуг: социальные и интеллектуальные сети		Практические задания
8	Клиентоориентированный маркетинг и коммерциализация инноваций		Практические задания
9	Методы генерации идей в организации		Практические задания
	Контрольная работа, зачет		Темы контрольной работы, вопросы к зачету

МАТРИЦА СООТВЕТСТВИЯ КРИТЕРИЕВ ОЦЕНКИ УРОВНЮ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ

Критерии оценки	Уровень сформированности компетенций
Оценка по пятибалльной системе	
«*Отлично*»	«*Высокий уровень*»
«*Хорошо*»	«*Повышенный уровень*»
«*Удовлетворительно*»	«*Пороговый уровень*»
«*Неудовлетворительно*»	«*Не достаточный*»
Оценка по системе «зачет – незачет»	
«*Зачтено*»	«*Достаточный*»
«*Не зачтено*»	«*Не достаточный*»

Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

1. Положение «О балльно-рейтинговой системе аттестации студентов (https://edubiotech.ru/file/403: режим доступа свободный);
2. Положение «О проведении текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся (https://edubiotech.ru/file/104821: режим доступа свободный).

ТЕМА 1. Методы генерации идей в организации

Выберите сайт в Интернет, который Вы могли бы назвать успешным (эффективным). Проведите пользовательский анализ сайта по следующим этапам:
1. Определите формат сайта и тип его содержимого, количество страниц сайта.
2. Выявите ключевую цель сайта как инструмента бизнес-проекта (с точки зрения создателя/владельца сайта).
3. Опишите ключевые гипотезы (предположения) о том, для чего предназначен данный сайт с точки зрения пользователя. Необходимо описать 2-3 гипотезы.
4. Внимательно изучите содержимое сайта и проверьте установленные Вами гипотезы.
5. Опишите целевую аудиторию сайта в зависимости от тех пользовательских задач, которые решает сайт для каждой группы. Можете обозначить группы пользователей по отношению к продукту компании, представляющей сайт, или по отношению к содержимому самого сайта.
6. Выявите функции сайта, которые, на Ваш взгляд, должны быть отражены для решения пользовательских задач каждой группы целевой аудитории сайта (компании).

Оценка	Критерии оценивания	Результат тестирования
«Отлично»	Если студент отвечает правильно и может обосновать выбранный ответ	85-100 %
«Хорошо»	Если студент отвечает правильно, на 3-4 вопросов, может обосновать выбранный ответ-	70-79%
«Удовлетворительно»	Если студент отвечает правильно на 2-3 вопросов, но затрудняется обосновать выбранный ответ	50-69%
«Неудовлетворительно»	Если студент не освоил материал темы, дает менее 2 правильных ответов, затрудняется с обоснованием верных ответов.	менее 50%

ТЕМА 2. Восприятие инноваций в организации

Выполните анализ контента сообщества социальной сети по направлению (на выбор): личный блог, бьюти-блок, профессиональное сообщество, спортивный блог, маркетинг и продажи, развлекательное сообщество.
1. Определите целевую аудиторию сообщества согласно пользовательским задачам.
2. Опишите основные типы контента, которые присутствуют в сообществе.
3. Выявите наиболее популярные темы, которые вызывают больший интерес у подписчиков.
4. Оцените уровень взаимодействия администрации сообщества с участниками - обратная связь, интерактивы, обновления и т.п.
5. Оцените степень уникальности контента в сообществе, наличие собственных идей контента.
6. Сделайте выводы относительно соответствия контента сообщества интересам целевой аудитории.

Оценка	Критерии оценивания
Зачтено	При условии правильного решения задачи во всех ее наиболее существенных аспектах
Не зачтено	При наличии большого числа ошибок, неверного хода действий, формирования неверного заключения

ТЕМА 3. Диффузия инноваций и жизненный цикл товара

Выполните задание по созданию электронной рассылки коммерческих писем.
1. Сформулируйте идею для создания 2 писем для e-mail рассылки: новостного письма с "горячим" предложением (подписка) и письма для существующих клиентов (специальное предложение).
2. Опишите текст писем, включая заголовок, подзаголовок и основную часть.
3. Сформируйте параметры для формирования базы данных рассылки.
4. Определите условия проведения рассылки: каналы распространения, сроки и стоимость.
5. Разместите варианты писем для рассылки на сайте по Вашему бизнес-проекту на WIX.com.

Оценка	Критерии оценивания
Зачтено	При условии правильного решения задачи во всех ее наиболее существенных аспектах
Не зачтено	При наличии большого числа ошибок, неверного хода действий, формирования неверного заключения

ТЕМА 4. Восприятие потребителем инноваций

1. С помощью сервисов ЯНДЕКС.ДИРЕКТ и Google Adwords составьте в каждой системе по 2 рекламных сообщения для коммерческой фирмы. Проверьте объявления на модерацию.

2. Установите параметры рекламной кампании в поисковых ресурсах с наибольшей эффективностью для Вашей компании.

Оценка	Критерии оценивания
Зачтено	При условии правильного решения задачи во всех ее наиболее существенных аспектах
Не зачтено	При наличии большого числа ошибок, неверного хода действий, формирования неверного заключения

ТЕМА 5. Управление поведением потребителей при выводе инноваций на рынок

1. Определите наиболее эффективный вариант рекламного сообщения в поисковых ресурсах. Выберите наиболее выгодный бюджет рекламной кампании и канал распространения рекламы.

2. Опишите результаты планирования рекламной кампании +скрины из аккаунтов ЯНДЕКС.ДИРЕКТ и Google Adwords в Power Point.

Оценка	Критерии оценивания
Зачтено	При условии правильного решения задачи во всех ее наиболее существенных аспектах
Не зачтено	При наличии большого числа ошибок, неверного хода действий, формирования неверного заключения

ТЕМА 6. Продвижение инноваций

Контент-анализ аккаунта в социальной сети. Выполните анализ контента сообщества социальной сети по направлению (на выбор): личный блог, бьюти-блок, профессиональное сообщество, спортивный блог, маркетинг и продажи, развлекательное сообщество.
1. Определите целевую аудиторию сообщества согласно пользовательским задачам.
2. Опишите основные типы контента, которые присутствуют в сообществе.
3. Выявите наиболее популярные темы, которые вызывают больший интерес у подписчиков.
4. Оцените уровень взаимодействия администрации сообщества с участниками - обратная связь, интерактивы, обновления и т.п.
5. Оцените степень уникальности контента в сообществе, наличие собственных идей контента.
6. Сделайте выводы относительно соответствия контента сообщества интересам целевой аудитории.

Оценка	Критерии оценивания
Зачтено	При условии правильного решения задачи во всех ее наиболее существенных аспектах
Не зачтено	При наличии большого числа ошибок, неверного хода действий, формирования неверного заключения

ТЕМА 7. Новые методы продвижения товаров и услуг: социальные и интеллектуальные сети

Контент-план аккаунта социальной сети

1. Выберите социальную сеть для создания сообщества, посвященного Вашему бизнес-проекту.

2. С помощью прикрепленного документа в формате excel опишите контент-план сообщества на ближайшие 1-2 недели. В контент-плане уточните тип контента согласно группам целевой аудитории.

3. Изучите дополнительный материал "Как и где посмотреть статистику поисковых запросов" и выполните анализ статистики поисковых запросов по Вашему продукту в течение месяца.

4. После составления контент-плана создайте сообщество в выбранной социальной сети и начинайте им руководить - добавляйте контент и контактируйте с участниками сообщества.

Оценка	Критерии оценивания
Зачтено	При условии правильного решения задачи во всех ее наиболее существенных аспектах
Не зачтено	При наличии большого числа ошибок, неверного хода действий, формирования неверного заключения

ТЕМА 8. Клиентоориентированный маркетинг и коммерциализация инноваций

Проанализируйте информацию, размещенную в социальной сети Вконтакте: https://vk.com/feed (Одноклассники: https://ok.ru/). По какому принципу формируются группы в сети? Какие задачи перед собой ставят их организаторы?
Вопросы:

1. Каков характер этой информации, какие цели она преследует?
2. Какие дополнительные возможности предлагает сервис своим участникам?
3. Каковы возможности индивидуального участника сети воздействовать на «умы и сердца» других участников?
Подготовьте презентацию (power point / pdf) с ответами на эти вопросы.

Оценка	Критерии оценивания
Зачтено	При условии правильного решения задачи во всех ее наиболее существенных аспектах
Не зачтено	При наличии большого числа ошибок, неверного хода действий, формирования неверного заключения

Темы контрольных работ

по дисциплине: «Инновационный маркетинг»

1.Использование методов интернет-рекламы при продвижении компании в Интернете
2.Корпоративный Веб-сайт предприятия как инструмент маркетинга
3.Корпоративный портал предприятия как инструмент продвижения на рынке
4.Интернет-услуги для продвижения товаров
5.Продвижение торговой марки в Интернете. Интернет-брендинг
6.Современные информационные технологии в маркетинговой деятельности предприятия
7.Повышение конкурентоспособности малых предприятий на основе интернет-технологий
8.Поведение потребителей в Интернете
9.Электронная коммерция
10.Автоматизация маркетинговой деятельности
11.Критерии оценки эффективности информационных систем
12.Оценка эффективности внедрения интернет-технологий
13.Маркетинговые исследования в Интернете
14.E-mail-маркетинг
15.Состояние и перспективы развития спутникового телевидения
16.Интернет-телефония - состояние и перспективы
17.Электронные коммуникации - возможности для бизнеса
18.Рынок аутсорсинга в России
19.Безопасность платежей в Интернете
20.Проблемы покупок в Интернете
21.Критерии эффективности информационных систем
22.Цифровое неравенство
23.Возможности применения систем искусственного интеллекта в маркетинге и рекламе
24. Воронка продаж: теоретические и практические аспекты
25. Интернет-брендинг

Критерии оценки контрольной работы:

- оценка «зачтено» выставляется студенту, если выполнены все требования к написанию и защите контрольной работы: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы. Работа может быть зачтена и в том случае, когда основные требования к контрольной работе и ее защите выполнены, но при этом допущены недочёты. В частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём контрольной работы; имеются упущения в оформлении; на дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы;

- оценка «не зачтено» – тема контрольной работы не раскрыта, задания не выполнены, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

Вопросы к зачету по дисциплине «Инновационный маркетинг»

1. Отличительные черты инновационной экономики.
2. Понятие цифровой экономики.
3. Тенденции развития Интернета и цифровой экономики.
4. Понятие цифрового бизнеса. Электронный рынок.
5. История развития цифрового бизнеса в мире.
6. Цифровой бизнес в США.
7. Цифровой бизнес в Китае.
8. Цифровой бизнес в России.
9.Классификация корпоративных сайтов по их назначению и функциям.
10. Корпоративный сайт-визитка, или веб-представительство.
11. Корпоративный портал. Корпоративный портал знаний.
12. Технологии для построения корпоративных сайтов и порталов.
13. CMS – системы.
14. Платформы для построения корпоративных порталов.
15. Особенности маркетинговой деятельности на электронном рынке.
16. Комплекс цифрового маркетинга. Элементы комплекса
цифрового маркетинга. 17. Комплекс маркетинговых коммуникаций в интернете. Интернет-реклама. Оптимизация сайта для поисковых машин. CRM-системы.
18. Классификация социальных медиа. Маркетинг в социальных медиа.
19. Оптимизация для социальных медиа.
20. Перспективы развития маркетинга в социальных медиа.
21. Маркетинговые исследования в Интернете.
22. Маркетинговые информационные системы.
23. Контентный маркетинг.
24. Понятие «маркетинговой воронки», контентный маркетинг в трех частях «маркетинговой воронки».
25. Понятие поискового маркетинга.
26. Создание блога, способного положительно повлиять на финансовые результаты. Работа со сторонними авторами.
27. Написание заголовков, ориентированных на привлечение внимания целевого потребителя.
28. Алгоритм аудита блог.

Критерии оценки знаний студентов на зачете:

– «зачтено» выставляется студенту, который твердо усвоил программный материал, грамотно и по существу, без существенных неточностей отвечает на вопросы, владеет необходимыми навыками и приемами выполнения практических заданий.

– «незачтено» выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает принципиальные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические задания.

ЗАДАНИЯ ДЛЯ ОЦЕНКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ

Задания для оценки сформированности компетенции ПК-3:

Задание 1. Что такое целевое действие пользователя на сайте? Укажите наиболее правильный и полный ответ.

а) Целевое действие – это звонок потенциального клиента в офис компании

б) 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

в) Целевое действие – это время, которое проводит пользователь на сайте

Ответ: б

Задание 2. Какой инструмент интернет-маркетинга в долгосрочной перспективе с большей долей вероятности привлечет на сайт посетителя с минимальной стоимостью затрат?

а) Контекстная реклама

б) Работа с социальными сетями

в) Поисковая оптимизация

г) Баннерная реклама

Ответ: в

Задание 3. Ретаргетинг (или ремаркетинг) в рекламных системах – это:

а) Рекламный механизм, посредством которого онлайн-реклама направляется тем пользователям, которые уже просмотрели рекламируемый продукт, посетив сайт рекламодателя

б) Перенаправление пользователя с рекламной площадки на сайт рекламодателя с использованием определенных интеллектуальных механизмов

в) Изменение рекламного объявления в режиме реального времени в зависимости от того, какой именно пользователь просматривает рекламу

Ответ: а

Задание 4. Какие бывают типы запросов пользователей в поисковой строке поисковой машины? (множественный выбор)

а) Информационные

б) Транзакционные

в) Положительные

г) Коммерческие/некоммерческие

д) Навигационные

е) Бюджетные

Ответ: а, б, г, д

Задание 5. Какой инструмент интернет-маркетинга в долгосрочной перспективе с большей долей вероятности привлечет на сайт посетителя с минимальной стоимостью затрат?

а) Контекстная реклама

б) Работа с социальными сетями

в) Поисковая оптимизация

г) Баннерная реклама

Ответ: в

Задание 6. Интернет - трафик - это:
Ответ: ….

Задание 7. Дайте определение понятию «воронка продаж».
Ответ: ….

Задание 8. Социальная сеть – это:
Ответ: ….

Задание 9. Поисковая оптимизация сайта представляет собой:
Ответ: ….

Задание 10. Инновационный маркетинг – это:
Ответ: ….

Критерии оценки результатов:

– оценка «отлично» выставляется студенту, если он отвечает верно на 80-100% вопросов.

– оценка «хорошо» выставляется студенту, если он отвечает верно на 70-79% вопросов.

– оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он отвечает верно на 60-69% вопросов.

– оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он не освоил материал темы, дает менее 60% правильных ответов.