

Компонент ОПОП
Направление подготовки: 39.04.01 Социология
Направленность (профиль): Социологические исследования в маркетинге

Б1.В.05
шифр дисциплины

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Дисциплины (модуля)	Интернет-маркетинг
------------------------	--------------------

Разработчик (и):
Шарова Е.Н.,
доцент кафедры ФиСН
канд. социол. наук, доцент

Утверждено на заседании кафедры
философии и социальных наук
протокол № 7 от 27 февраля 2025 г.
Заведующий кафедрой
философии и социальных наук

 Жигунова Г.В.

1. Критерии и средства оценивания компетенций и индикаторов их достижения, формируемых дисциплиной (модулем)

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора(ов) достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине (модулю)			Оценочные средства текущего контроля	Оценочные средства промежуточной аттестации
		Знать	Уметь	Владеть		
ПК-4 Способен осваивать и адаптировать новые технологии и методы сбора и анализа социологической информации	ИД-1 ПК-4 Осуществляет разработку и внедрение новых технологий и методов сбора и анализа социологической информации ИД-1 ПК-4 Осваивает и адаптирует новые технологии и методы сбора и анализа социологической информации	основы методологии сбора и анализа вторичной социологической информации	использовать приемы сбора и анализа вторичной социологической информации	технологией и методами сбора и анализа вторичной социологической информации	- темы сообщений /докладов /презентаций; - типовые кейс-задания; - тестовые задания.	результаты текущего контроля, экзаменационные билеты
ПК-5 Способен осуществлять разработку стратегий управления социальными и исследовательскими проектами, учет и оценку рисков	ИД-1 ПК-5 Осуществляет разработку стратегий управления социальными и исследовательскими проектами ИД-2 ПК-5 Проводит разработку предложений и рекомендаций по улучшению социальных программ и стратегий, принятия управленческих решений; ИД-3 ПК-5 Осуществляет учет и оценку рисков	основы разработки стратегий управления социальными и исследовательскими проектами	использовать приемы разработки стратегий управления социальными и исследовательскими проектами	технологией разработки стратегий управления социальными и исследовательскими проектами	- темы сообщений /докладов /презентаций; - типовые кейс-задания; - тестовые задания.	результаты текущего контроля, экзаменационные билеты

2. Оценка уровня сформированности компетенций (индикаторов их достижения)

Показатели оценивания компетенций (индикаторов их достижения)	Шкала и критерии оценки уровня сформированности компетенций (индикаторов их достижения)			
	Ниже порогового <i>(«неудовлетворительно»)</i>	Пороговый <i>(«удовлетворительно»)</i>	Продвинутый <i>(«хорошо»)</i>	Высокий <i>(«отлично»)</i>
Полнота знаний	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки.	Минимально допустимый уровень знаний. Допущены не грубые ошибки.	Уровень знаний в объёме, соответствующем программе подготовки. Допущены некоторые погрешности.	Уровень знаний в объёме, соответствующем программе подготовки.
Наличие умений	При выполнении стандартных заданий не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки.	Продemonстрированы основные умения. Выполнены типовые задания с не грубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме (отсутствуют пояснения, неполные выводы)	Продemonстрированы все основные умения. Выполнены все основные задания с некоторыми погрешностями. Выполнены все задания в полном объёме, но некоторые с недочетами.	Продemonстрированы все основные умения. Выполнены все основные и дополнительные задания без ошибок и погрешностей. Задания выполнены в полном объеме без недочетов.
Наличие навыков (владение опытом)	При выполнении стандартных заданий не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки.	Имеется минимальный набор навыков для выполнения стандартных заданий с некоторыми недочетами.	Продemonстрированы базовые навыки при выполнении стандартных заданий с некоторыми недочетами.	Продemonстрированы все основные умения. Выполнены все основные и дополнительные задания без ошибок и погрешностей. Продemonстрирован творческий подход к решению нестандартных задач.
Характеристика сформированности компетенции	Компетенции фактически не сформированы. Имеющихся знаний, умений, навыков недостаточно для решения практических (профессиональных) задач. ИЛИ Зачетное количество баллов не набрано согласно установленному диапазону	Сформированность компетенций соответствует минимальным требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков в целом достаточно для решения практических (профессиональных) задач. ИЛИ Набрано зачетное количество баллов согласно установленному диапазону	Сформированность компетенций в целом соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков достаточно для решения стандартных профессиональных задач. ИЛИ Набрано зачетное количество баллов согласно установленному диапазону	Сформированность компетенций полностью соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков в полной мере достаточно для решения сложных, в том числе нестандартных, профессиональных задач. ИЛИ Набрано зачетное количество баллов согласно установленному диапазону

3. Критерии и шкала оценивания заданий текущего контроля

3.1 Критерии и шкала оценивания доклада /информационного сообщения

Тематика докладов, информационных сообщений по дисциплине (модулю), требования к структуре, содержанию и оформлению изложены в методических материалах по освоению дисциплины (модуля), представлены в электронном курсе в ЭИОС МАУ.

В ФОС включены примерные темы докладов/информационных сообщений:

- Эволюция социальных сетей, популярные сети в России.
- Особенности аудитории социальных сетей.
- Social media marketing.
- Таргетированная реклама.
- Почтовые рассылки и их виды.
- Создание и отправка письма.
- Оценка эффективности почтовых рассылок

Оценка/баллы	Критерии оценки
<i>Отлично</i>	Ориентированность в материале, полные и аргументированные ответы на дополнительные вопросы. Материал изложен логически последовательно, присутствуют самостоятельные выводы, используется материал из дополнительных источников, интернет ресурсов. Сообщение носит исследовательский характер. Используется наглядный материал (презентация).
<i>Хорошо</i>	Ориентированность в материале, но присутствуют некоторые затруднения в ответах на дополнительные вопросы. Отсутствует исследовательский компонент в сообщении. Отсутствует наглядный материал (презентация).
<i>Удовлетворительно</i>	Трудности в подборе материала, его структурировании. Использована, в основном, учебная литература, не использованы дополнительные источники информации. Трудности в ответе на дополнительные вопросы по теме сообщения, формулировке выводов. Материал изложен не последовательно, не установлены логические связи.
<i>Неудовлетворительно</i>	Доклад, информационное сообщение подготовлено по одному источнику информации либо не соответствует теме. ИЛИ Доклад, информационное сообщение не подготовлено.

3.2 Критерии и шкала оценивания мультимедийной презентации

Требования к структуре, содержанию и оформлению представлены в методических материалах по освоению дисциплины (модуля) и в электронном курсе в ЭИОС МАУ.

Оценка/баллы	Критерии оценки
<i>Отлично</i>	Презентация соответствует теме самостоятельной работы. Оформлен титульный слайд с заголовком. Сформулированная тема ясно изложена и структурирована, использованы графические изображения (фотографии, картинки и т.п.), соответствующие теме, выдержан стиль, цветовая гамма, использована анимация, звук. Логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению. Работа оформлена и предоставлена в установленный срок.
<i>Хорошо</i>	Презентация соответствует теме самостоятельной работы. Имеются неточности в изложении материала. Отсутствует логическая

	последовательность в суждениях. Не выдержан объем презентации, имеются упущения в оформлении. На дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы. Работа оформлена и предоставлена в установленный срок.
Удовлетворительно	Презентация соответствует теме самостоятельной работы. Сформулированная тема изложена и структурирована не в полном объеме. Не использованы графические изображения (фотографии, картинки и т.п.), соответствующие теме. Присутствуют существенные отступления от требований к составлению презентации. Допущены фактические ошибки в содержании или при ответе на дополнительные вопросы.
Неудовлетворительно	Работа не выполнена или не соответствует теме самостоятельной работы.

3.3 Критерии и шкала оценивания кейс-задания

Рекомендации по выполнению кейс-заданий по дисциплине (модулю) изложены в методических материалах по освоению дисциплины (модуля), представлены в электронном курсе в ЭИОС МАУ.

В ФОС включено типовое кейс-задание на разработку исследовательского проекта и включает в себя:

- Составление программы интернет-маркетингового исследования
- Конструирование макета инструментария сбора данных в рамках разработанной программы интернет-маркетингового исследования
- Разработать критерии для составления портрета аудитории одной из социальных сетей
- Подготовить текст письма для продвижения какого-либо товара по электронной почте и представить результаты на практических занятиях
- Подобрать рекламные сообщения разных типов и провести оценку их эффективности по заранее заданным критериям
- Примените правила Я. Нильсена к оценке юзабилити любого сайта на выбор

Оценка/баллы	Критерии оценки
Отлично	Задание выполнено полностью и правильно. Отчет по выполненной работе подготовлен качественно в соответствии с требованиями. Полнота ответов на вопросы преподавателя при защите работы.
Хорошо	Задание выполнено полностью, но нет достаточного обоснования или при верном решении допущена незначительная ошибка, не влияющая на правильную последовательность рассуждений. Все требования, предъявляемые к работе, выполнены.
Удовлетворительно	Задания выполнены частично с ошибками. Демонстрирует средний уровень выполнения задания. Большинство требований, предъявляемых к заданию, выполнены.
Неудовлетворительно	Задание не выполнено.

3.4 Критерии и шкала оценивания тестирования

Перечень тестовых вопросов и заданий, описание процедуры тестирования представлены в методических материалах по освоению дисциплины (модуля) и в электронном курсе в ЭИОС МАУ.

В ФОС включен типовый вариант тестового задания:

1. **Укажите качественные показатели, характеризующие интернет-продвижение бизнеса.**
 1. Отношение количества покупок, совершенных на сайте, к трафику
 2. Визиты
 3. Процент отказов

4. Среднее время, проводимое пользователями на сайте
 5. Отношение звонков с сайта к трафику
 6. Количество пользователей, зашедших на сайт из социальных сетей
 7. Процент прироста трафика из органической выдачи
- 2. Что такое целевое действие пользователя на сайте? Укажите наиболее правильный и полный ответ.**
1. Целевое действие – это звонок потенциального клиента в офис компании
 2. 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
 3. Целевое действие – это время, которое проводит пользователь на сайте
- 3. Укажите вариант, где верно описана последовательность разработки сайта.**
1. Составление технического задания, разработка дизайна, установка системы администрирования, наполнение сайта информацией, продвижение
 2. Предпроектное проектирование, составление технического задания, разработка дизайна, верстка, установка системы администрирования, программирование, тестирование, наполнение сайта информацией
 3. Составление технического задания, выбор системы администрирования, верстка, программирование, наполнение сайта информацией, проведение работ по стартовой поисковой оптимизации
 4. Составление договора на работы, разработка дизайна, верстка, программирование, наполнение сайта информацией, тестирование
- 4. К чему приводит использование адаптивной верстки на сайте? Укажите все возможные последствия использования этого типа верстки.**
1. Сайт становится особенно привлекательным
 2. Сайт корректно отображается на экране мобильного телефона
 3. Страницы сайта становятся наиболее релевантными поисковым запросам
 4. Сайт можно просматривать на ТВ-экране
 5. Сайт не пессимизируется поисковыми машинами
 6. Процент отказов снижается
- 5. Что такое поисковая оптимизация сайта? Укажите правильное определение.**
1. Поисковая оптимизация – это такая работа с сайтом и внешними факторами, влияющими на сайт, которая с некоторой долей вероятности приводит к тому, что сайт виден в выдаче поисковой машины определенным пользователям, использующим эту поисковую машину
 2. Поисковая оптимизация – это действия, которые производит поисковый оптимизатор с целью гарантированного вывода продвигаемого сайта в ТОП-10 Яндекса и Google
 3. Поисковая оптимизация – это инструмент интернет-маркетинга, который используется для гарантированного увеличения трафика из поисковых систем на продвигаемый сайт
 4. Поисковая оптимизация – это мошенническая деятельность поисковых оптимизаторов с целью незаконного выманивания денег у владельцев сайтов
- 6. Можно ли давать гарантию на попадание сайта в ТОП-10 (20) выдачи поисковой машины при соблюдении определенных правил работы с сайтом?**
1. Да, конечно, иначе зачем осуществлять поисковую оптимизацию, если нет гарантии?
 2. Нет, такие гарантии не могут быть даны, так как попадание в ТОП – вероятностное событие, которое зависит от многих факторов
 3. Для некоторых поисковых запросов такая гарантия может быть дана, для некоторых других – нет.

7. Какие бывают типы запросов пользователей в поисковой строке поисковой машины?
1. Информационные
 2. Транзакционные
 3. Положительные
 4. Коммерческие/некоммерческие
 5. Навигационные
 6. Бюджетные
 7. Ежедневные
8. Какой инструмент интернет-маркетинга в долгосрочной перспективе с большей долей вероятности привлечет на сайт посетителя с минимальной стоимостью затрат?
1. Контекстная реклама
 2. Работа с социальными сетями
 3. Поисковая оптимизация
 4. Баннерная реклама
9. Если Вы собираетесь продвигать свой бизнес в интернете на территории России, то в какой зоне предпочтительнее регистрировать домен, чтобы он лучше продвигался при условии использования всех инструментов интернет-маркетинга?
1. рф
 2. ru
 3. com
 4. moscow
 5. su
 6. Другая доменная зона, которая не указана в списке
10. Что такое контекстная реклама?
1. Контекстная реклама – это инструмент интернет-маркетинга, который позволяет получить на сайт только заинтересованных пользователей
 2. Контекстная реклама – это инструмент интернет-маркетинга, который предполагает показ баннеров, ведущих на рекламируемый сайт
 3. Контекстная реклама – это вид интернет-рекламы, при котором рекламное объявление показывается в зависимости от поискового запроса пользователя к поисковой машине

Ключ

1. А, В, Г, Д, Ж
2. Б
3. Б
4. Б, В, Г, Д, Е
5. А
6. Б
7. А, Б, Г, Д
8. В
9. Б
10. В

Оценка/баллы	Критерии оценки
<i>Отлично</i>	90-100 % правильных ответов
<i>Хорошо</i>	70-89 % правильных ответов
<i>Удовлетворительно</i>	50-69 % правильных ответов
<i>Неудовлетворительно</i>	49% и меньше правильных ответов

3.5 Критерии и шкала оценивания посещаемости занятий

Посещение занятий обучающимися определяется в процентном соотношении

Баллы	Критерии оценки
20	посещаемость 91 - 100 %
15	посещаемость 75 - 90 %
10	посещаемость 65 - 74 %
5	посещаемость 50 - 64 %
0	посещаемость 49% и меньше

4. Критерии и шкала оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю) при проведении промежуточной аттестации

Критерии и шкала оценивания результатов освоения дисциплины (модуля) с экзаменом

Для дисциплин (модулей), заканчивающихся экзаменом, результат промежуточной аттестации складывается из баллов, набранных в ходе текущего контроля и при проведении экзамена:

В ФОС включен список вопросов и заданий к экзамену и типовой вариант экзаменационного билета:

1. Основные понятия, ключевые метрики интернет-маркетинга
2. Цели и задачи интернет-маркетинга.
3. Классический маркетинг и интернет-маркетинг.
4. Виды маркетинговых анализов. Примеры применения.
5. Понятие целевой аудитории.
6. Анализ продукта.
7. Анализ конкурентов.
8. Каналы продвижения в интернете. Общая информация.
9. Поисковое продвижение.
10. Основные поисковые системы.
11. Алгоритмы поиска.
12. Продвижение в социальных сетях.
13. Таргетированная реклама (определить аудиторию для демонстрации рекламного объявления по заданной теме).
14. Почтовые рассылки. Оценка эффективности писем.
15. Контекстная, баннерная, тизерная реклама (предложить варианты рекламных объявлений по заданной теме).
16. Понятие юзабилити.
17. Чек-лист Якоба Нильсона.
18. Понятие веб-аналитики.
19. Основные системы аналитики (выдвинуть гипотезы на основе предоставленных данных из системы Яндекс Метрика).
20. А/В тестирование и эксперименты. Основные показатели для оценки эффективности.

Типовой билет включает в себя 2 вопроса:

1. Основные понятия, ключевые метрики интернет-маркетинга
2. Алгоритмы поиска.

Оценка	Критерии оценки ответа на экзамене
<i>Отлично</i>	Обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, не затрудняется с ответом при видоизменении вопроса. Владеет специальной терминологией, демонстрирует общую эрудицию в предметной области, использует при ответе ссылки на материал специализированных источников, в том числе на Интернет-ресурсы.
<i>Хорошо</i>	Обучающийся твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, владеет специальной терминологией на достаточном уровне; могут возникнуть затруднения при ответе на уточняющие вопросы по рассматриваемой теме; в целом демонстрирует общую эрудицию в предметной области.
<i>Удовлетворительно</i>	Обучающийся имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, плохо владеет специальной терминологией, допускает существенные ошибки при ответе, недостаточно ориентируется в источниках специализированных знаний.
<i>Неудовлетворительно</i>	Обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, не владеет специальной терминологией, не ориентируется в источниках специализированных знаний. Нет ответа на поставленный вопрос.

Оценка, полученная на экзамене, переводится в баллы («5» - 20 баллов, «4» - 15 баллов, «3» - 10 баллов) и суммируется с баллами, набранными в ходе текущего контроля.

Итоговая оценка по дисциплине (модулю)	Суммарные баллы по дисциплине (модулю), в том числе	Критерии оценивания
<i>Отлично</i>	91 - 100	Выполнены все контрольные точки текущего контроля на высоком уровне. Экзамен сдан
<i>Хорошо</i>	81-90	Выполнены все контрольные точки текущего контроля. Экзамен сдан
<i>Удовлетворительно</i>	70- 80	Контрольные точки выполнены в неполном объеме. Экзамен сдан
<i>Неудовлетворительно</i>	69 и менее	Контрольные точки не выполнены или не сдан экзамен

5. Задания диагностической работы для оценки результатов обучения по дисциплине (модулю) в рамках внутренней и внешней независимой оценки качества образования

ФОС содержит задания для оценивания знаний, умений и навыков, демонстрирующих уровень сформированности компетенций и индикаторов их достижения в процессе освоения дисциплины (модуля).

Комплект заданий разработан таким образом, чтобы осуществить процедуру оценки каждой компетенции, формируемых дисциплиной (модулем), у обучающегося в письменной форме.

Содержание комплекта заданий включает: *тестовые задания*

Комплект заданий диагностической работы

Код и наименование компетенции 1

ПК-4 Способен осваивать и адаптировать новые технологии и методы сбора и анализа социологической информации

1	1. Укажите качественные показатели, характеризующие интернет-продвижение бизнеса. а) Отношение количества покупок, совершенных на сайте, к трафику б) Визиты в) Процент отказов г) Среднее время, проводимое пользователями на сайте д) Отношение звонков с сайта к трафику е) Количество пользователей, зашедших на сайт из социальных сетей ж) Процент прироста трафика из органической выдачи 2. 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 3. Укажите вариант, где верно описана последовательность разработки сайта. а) Составление технического задания, разработка дизайна, установка системы администрирования, наполнение сайта информацией, продвижение б) Предпроектное проектирование, составление технического задания, разработка дизайна, верстка, установка системы администрирования, программирование, тестирование, наполнение сайта информацией в) Составление технического задания, выбор системы администрирования, верстка, программирование, наполнение сайта информацией, проведение работ по стартовой поисковой оптимизации г) Составление договора на работы, разработка дизайна, верстка, программирование, наполнение сайта информацией, тестирование 4. К чему приводит использование адаптивной верстки на сайте? Укажите все возможные последствия использования этого типа верстки. а) Сайт становится особенно привлекательным б) Сайт корректно отображается на экране мобильного телефона в) Страницы сайта становятся наиболее релевантными поисковым запросам г) Сайт можно просматривать на ТВ-экране д) Сайт не пессимизируется поисковыми машинами е) Процент отказов снижается 5. Что такое поисковая оптимизация сайта? Укажите правильное определение. а) Поисковая оптимизация – это такая работа с сайтом и внешними факторами, влияющими на сайт, которая с некоторой долей вероятности приводит к тому, что сайт виден в выдаче поисковой машины определенным пользователям, использующим эту поисковую машину б) Поисковая оптимизация – это действия, которые производит поисковый оптимизатор с целью гарантированного вывода продвигаемого сайта в ТОП-10 Яндекса и Google в) Поисковая оптимизация – это инструмент интернет-маркетинга, который используется для гарантированного увеличения трафика из поисковых систем на продвигаемый сайт
---	---

	г) Поисковая оптимизация – это мошенническая деятельность поисковых оптимизаторов с целью незаконного выманивания денег у владельцев сайтов 6. Можно ли давать гарантию на попадание сайта в ТОП-10 (20) выдачи поисковой машины при соблюдении определенных правил работы с сайтом? а) Да, конечно, иначе зачем осуществлять поисковую оптимизацию, если нет гарантии? б) Нет, такие гарантии не могут быть даны, так как попадание в ТОП – вероятностное событие, которое зависит от многих факторов в) Для некоторых поисковых запросов такая гарантия может быть дана, для некоторых других – нет. 7. Какие бывают типы запросов пользователей в поисковой строке поисковой машины? а) Информационные б) Транзакционные в) Положительные г) Коммерческие/некоммерческие д) Навигационные е) Бюджетные ж) Ежедневные 8. 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 9. Если Вы собираетесь продвигать свой бизнес в интернете на территории России, то в какой зоне предпочтительнее регистрировать домен, чтобы он лучше продвигался при условии использования всех инструментов интернет-маркетинга? а) рф б) ru в) com г) moscow д) su е) Другая доменная зона, которая не указана в списке 10. Что такое контекстная реклама? а) Контекстная реклама – это инструмент интернет-маркетинга, который позволяет получить на сайт только заинтересованных пользователей б) Контекстная реклама – это инструмент интернет-маркетинга, который предполагает показ баннеров, ведущих на рекламируемый сайт в) Контекстная реклама – это вид интернет-рекламы, при котором рекламное объявление показывается в зависимости от поискового запроса пользователя к поисковой машине
ПК-5	Способен осуществлять разработку стратегий управления социальными и исследовательскими проектами, учет и оценку рисков
	11. Укажите список, в котором подобраны наиболее эффективные запросы для проведения контекстной рекламной кампании интернет-магазина натуральной косметики. 1. Натуральная косметика, что такое натуральная косметика, где купить

	натуральную косметику, крем из натуральных ингредиентов, состав натуральной косметики 2. Купить крем, купить крем для лица в интернет-магазине, интернет-магазин натуральной косметики 3. Купить крем для лица в магазине натуральной косметики, интернет-магазин натуральной косметики Москва, купить натуральную косметику дешево, купить натуральную косметику с доставкой 12. Какой показатель контекстной рекламы характеризует работу рекламного агентства, если оно обязано только качественно настроить кампанию на стороне системы контекстной рекламы? 1. CPA 2. CTR 3. KPI 4. Процент отказов 5. Все эти показатели вместе 13. На какой срок целесообразно запускать контекстную рекламную кампанию? 1. На год 2. На месяц 3. На срок отложенного спроса 4. Всё зависит от бюджета 14. Укажите правильное утверждение: 1. В большинстве случаев баннерная реклама более эффективна, чем контекстная 2. Эффективность контекстной рекламы, как правило, выше баннерной 3. Если мы проводим контекстную рекламную кампанию, то баннерная нам не нужна 15. Продвижение в социальных сетях однозначно приводит к: 1. Увеличению продаж 2. Росту трафика на сайт 3. Лояльности потребителей 4. Изменению информационного поля компании (бренда) 16. Ретаргетинг (или ремаркетинг) в рекламных системах – это: 1. Рекламный механизм, посредством которого онлайн-реклама направляется тем пользователям, которые уже просмотрели рекламируемый продукт, посетив сайт рекламодателя 2. Перенаправление пользователя с рекламной площадки на сайт рекламодателя с использованием определенных интеллектуальных механизмов 3. Изменение рекламного объявления в режиме реального времени в зависимости от того, какой именно пользователь просматривает рекламу 17. Для экспертного опроса обычно применяется: 1. гнездовая выборка 2. стихийная выборка 3. метод снежного кома 4. квотная выборка 18. Поквартирный опрос с заданным шагом и квотами обычно проводится в рамках: 1. стратифицированной выборки 2. квотной выборки 3. многоступенчатой выборки
--	---

гнездовой выборки

19. Под случайной (вероятностной) выборкой понимают:

- г) выборку, формируемую на основе статистических сведений — преимущественно о социально-демографических характеристиках генеральной совокупности
- д) выборку, построенную с помощью процедуры поэтапного отбора объектов, причем совокупность объектов, отобранных на предыдущем этапе, становится исходной для отбора на следующем
- е) выборку, в которой все элементы генеральной совокупности имеют одинаковую, заранее заданную вероятность попасть в состав выборочной совокупности
- ж) любую выборку, цель которой состоит в получении сведений, имеющих случайный (вероятностный) характер

20. Квотной выборкой называется такой вид выборочной совокупности, при котором:

- з) выборочная совокупность формируется на основе статистических сведений об определенных (преимущественно социально-демографических) характеристиках элементов генеральной совокупности
- и) отбираемые объекты представляют собой группы или кластеры более мелких единиц
- к) применяются процедуры поэтапного отбора объектов, причем совокупность объектов, отобранных на предыдущем этапе, становится исходной для отбора на следующем
- л) отбору предшествует процедура разделения исходной совокупности на статистически или качественно однородные подсовкупности, изучение которых осуществляется с помощью вероятностного метода