

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Игнатенко Виталий Иванович

Должность: Проректор по образовательной деятельности и молодежной политике

Дата подписания: 07.08.2025 12:20:06

Уникальный программный ключ:

a49ae343af5448d4547c7e1e499659da8109ba78

**Министерство науки и высшего образования РФ**  
**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение**  
**высшего образования**  
**«Заполярье государственный университет им. Н. М. Федоровского»**

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

**по дисциплине**

**Инструменты автоматизации цифрового маркетинга**

Уровень образования: бакалавриат

Кафедра «Экономика, менеджмент и организация производства»

Разработчик ФОС:

к.э.н., зав.каф.ЭМиОП, Н.А. Торгашова \_\_\_\_\_

Н.А.Торгашова

Оценочные материалы по дисциплине рассмотрены и одобрены на заседании кафедры, протокол № 7 от 17.03.2025 г.

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ к.э.н., доцент Н.А. Торгашова



Фонд оценочных средств по дисциплине Инструменты автоматизации цифрового маркетинга для текущей/ промежуточной аттестации разработан в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по специальности / направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент на основе Рабочей программы дисциплины Инструменты автоматизации цифрового маркетинга, утвержденной решением ученого совета от 17.03.2025 г., Положения о формировании Фонда оценочных средств по дисциплине (ФОС), Положения о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ЗГУ, Положения о государственной итоговой аттестации (ГИА) выпускников по образовательным программам высшего образования в ЗГУ им. Н.М. Федоровского.

## 1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами образовательной программы

Таблица 1. Компетенции и индикаторы их достижения

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения
УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.8 Определяет круг задач в рамках поставленной цели и выбирает оптимальные способы их решения с помощью средств автоматизации цифрового маркетинга

Таблица 2. Паспорт фонда оценочных средств

№п/п	Контролируемые разделы(темы) дисциплины	Кодрезультата обучения по дисциплине/ модулю	Оценочные средства текущей аттестации		Оценочные средства промежуточной аттестации	
			Наименование	Форма	Наименование	Форма
<b>3 семестр</b>						

## 2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие процесс формирования компетенций в ходе освоения образовательной программы.

### 2.1. Задания для текущего контроля успеваемости

Контрольные вопросы по инструментам автоматизации цифрового маркетинга

Общие вопросы

Что такое автоматизация цифрового маркетинга и зачем она нужна?

Какие основные категории инструментов автоматизации маркетинга вы знаете?

Какие задачи решают CRM-системы в цифровом маркетинге?

Чем отличаются инструменты email-маркетинга от платформ для аналитики и управления социальными сетями?

Вопросы по конкретным инструментам

Какие функции выполняют сервисы GetResponse и Expertsender?



В чем особенности MailChimp и Unisender?

Как работают инструменты оптимизации конверсии, например, Segmetify?

Какие возможности предоставляет Adobe Target для персонализации рекламы?

Как CRM-системы (например, AmoCRM, Bitrix24) помогают автоматизировать маркетинг?

Вопросы по автоматизации коммуникаций и аналитике

Что такое триггерные рассылки и как они используются в автоматизации?

Какие метрики помогают оценить эффективность автоматизации маркетинга?

Как A/B-тестирование интегрируется в инструменты автоматизации?

Какие инструменты помогают анализировать пользовательский опыт (UX)?

Вопросы по современным трендам и технологиям

Как искусственный интеллект используется в современных инструментах автоматизации маркетинга (например, ActiveCampaign, Iteratively, Retail Rocket)?

Какие преимущества дает мультиканальная автоматизация маркетинга?

Как автоматизация помогает повысить вовлеченность и конверсию клиентов?

Практические вопросы

Как выбрать инструмент автоматизации под задачи конкретного бизнеса?

Какие ошибки часто встречаются при внедрении автоматизации маркетинга?

Как интегрировать автоматизацию с CRM и другими системами?

Какие шаги нужно предпринять для успешного запуска автоматизированной

## **2.2 Темы письменных работ (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)**

### **1. Altcraft Platform**

Специализированная платформа для автоматизации маркетинга в сфере онлайн-образования.

Позволяет создавать цепочки автоматизации, например, сценарий «Продажа курса»: отправка описания курса и бесплатного урока заинтересованным пользователям.

Объединяет данные об учащих из разных каналов, что позволяет сегментировать аудиторию и персонализировать коммуникации.

Обеспечивает расширенную аналитику и защиту персональных данных согласно законодательству.





Подходит для онлайн-курсов и дистанционного обучения, помогает увеличить количество квалифицированных лидов и повысить эффективность маркетинга.

## 2. HubSpot

Универсальная платформа с CRM, email-маркетингом и аналитикой.

Поддерживает создание персонализированных автоматизированных кампаний, управление лидами и интеграцию с социальными сетями.

Имеет инструменты AI для автоматизации и оптимизации маркетинговых процессов.

Подходит для высших учебных заведений, желающих комплексно управлять маркетингом и взаимодействием с абитуриентами.

## 3. ActiveCampaign

Позволяет строить автоматические цепочки email-рассылок на основе действий пользователей (заполнение форм, участие в вебинарах).

Интегрируется с CRM, что помогает плавно переводить лиды в студентов.

Поддерживает A/B тестирование и сегментацию аудитории.

Хорошо подходит для учебных учреждений, которые проводят онлайн-мероприятия и хотят повысить вовлеченность.

## 4. Sendinblue

Гибкая платформа с функциями email- и SMS-маркетинга, чатами на сайте, сегментацией и созданием лендингов.

Позволяет автоматизировать коммуникации с потенциальными студентами и родителями.

Имеет доступные тарифы и бесплатный план с ограничениями.

Подходит для школ и колледжей, которые ведут активную онлайн-коммуникацию.

## 5. Leadsquared Marketing Automation

Комплексное ПО для автоматизации маркетинга с аналитикой поведения пользователей и управлением каналами коммуникации.

Помогает избежать утечки лидов и повысить конверсию.

Имеет простой интерфейс и подходит для образовательных учреждений, стремящихся к системному подходу в маркетинге.

Стратегии применения автоматизации для учебных заведений

Автоматизация продажи курсов с помощью триггерных рассылок и бесплатных вводных уроков.

Сегментация аудитории по интересам, уровню подготовки и другим параметрам





для персонализации предложений.

Интеграция с CRM для управления контактами и сопровождения потенциальных студентов на всех этапах.

Использование мультиканальных коммуникаций (email, SMS, соцсети, чаты) для повышения вовлеченности.

Аналитика и оптимизация маркетинговых кампаний на основе данных о поведении пользователей.

Тестирование, собеседование, Итоговое тестирование