

Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
«Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики»  
(СибГУТИ)

Уральский технический институт связи и информатики (филиал) в г. Екатеринбурге  
(УрТИСИ СибГУТИ)



УТВЕРЖДАЮ  
Директор УрТИСИ СибГУТИ  
Минина Е.А.  
« 28 » 11 2025 г.

## ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

### ПО ДИСЦИПЛИНЕ

### Б1.В.20 Продвижение цифровых продуктов

Направление подготовки / специальность: **09.03.01 «Информатика и  
вычислительная техника»**

Направленность (профиль) /специализация: **Инженерия программного  
обеспечения и искусственного интеллекта**

Форма обучения: **очная**

Год набора: 2026

Разработчик (-и):  
ст.преподаватель

к.т.н., доцент

/ М.Ю. Казанцев /

подпись

/ Т.А. Черных /

подпись

Оценочные средства обсуждены и утверждены на заседании информационных систем и технологий (ИСТ)

Протокол от 27.11.2025 г. № 3

Заведующий кафедрой

/ Д.И. Бурумбаев /

подпись

Екатеринбург, 2025

Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
«Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики»  
(СибГУТИ)  
Уральский технический институт связи и информатики (филиал) в г. Екатеринбурге  
(УрТИСИ СибГУТИ)

УТВЕРЖДАЮ  
Директор УрТИСИ СибГУТИ  
\_\_\_\_\_ Минина Е.А.  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2025 г.

## ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

### ПО ДИСЦИПЛИНЕ Б1.В.20 Продвижение цифровых продуктов

Направление подготовки / специальность: **09.03.01 «Информатика и  
вычислительная техника»**

Направленность (профиль) /специализация: **Инженерия программного  
обеспечения и искусственного интеллекта**

Форма обучения: **очная**

Год набора: 2026

Разработчик (-и):  
ст.преподаватель

\_\_\_\_\_ / М.Ю. Казанцев /  
подпись

к.т.н., доцент

\_\_\_\_\_ / Т.А. Черных /  
подпись

Оценочные средства обсуждены и утверждены на заседании информационных систем и технологий (ИСТ)

Протокол от 27.11.2025 г. № 3

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ / Д.И. Бурумбаев /  
подпись

Екатеринбург, 2025

## 1. Перечень компетенций и индикаторов их достижения

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенций	Этап	Предшествующие этапы (с указанием дисциплин/практик)
УК 9 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК 9.1 Знает основы экономических и финансовых вопросов для принятия решения обоснованных экономических решений УК 9.2 Умеет использовать экономические и финансовые знания в разных областях жизнедеятельности для принятия обоснованных экономических решений УК 9.3 Владеет навыками принятия обоснованных экономических и финансовых решений в различных областях жизнедеятельности	2	1 этап Б1.О.20 Управление IT-проектами

Форма итоговой аттестации по дисциплине – зачет

## 2. Показатели, критерии и шкалы оценивания компетенций

2.1 Показателем оценивания компетенций на этапе их формирования при изучении дисциплины является уровень их освоения.

Индикатор освоения компетенции	Показатель оценивания	Критерий оценивания
УК 9.1 Знает основы экономических и финансовых вопросов для принятия решения обоснованных экономических решений	Результаты теста/опроса по темам: базовая экономика продукта (ценность/спрос/конкуренты), unit-экономика (CAC, LTV, ARPU/ARPPU, churn, retention), воронка AARRR, маржинальность, ROMI/ROI, основы ценообразования, бюджеты маркетинга, базовые метрики рекламы (CPM/CPC/CPA), основы финансового планирования и прогнозирования	не менее 70% верных ответов; корректно объясняет смысл метрик и формул; различает показатели воронки, каналов привлечения и финансовые показатели; умеет интерпретировать связь метрик с прибылью
УК 9.2 Умеет использовать экономические и финансовые знания в разных областях жизнедеятельности для принятия обоснованных	Решение практических задач: расчет unit-экономики по исходным данным; выбор маркетингового канала по CPA/ROMI; расчет бюджета на привлечение; построение воронки и выявление узких мест; оценка эффекта изменения цены/конверсии/retention; анализ	верно выполнены расчеты; корректно выбран показатель для решения (CPA/ROMI/LTV и т.п.); выводы логичны и обоснованы цифрами; предложены действия по улучшению (оптимизация

экономических решений	результатов А/В-теста (на уровне вывода по метрикам)	канала, посадочной, оффера, цены)
УК 9.3 Владеет навыками принятия обоснованных экономических и финансовых решений в различных областях жизнедеятельности	Итоговый мини-проект на основе практического задания: план продвижения цифрового продукта (позиционирование, сегментация, каналы), медиаплан и бюджет, прогноз ключевых метрик, расчет unit-экономики, оценка рисков, KPI и план измерений (аналитика), итоговая защита	план продвижения реалистичен и измерим; присутствует расчет unit-экономики и бюджета; KPI связаны с целями и воронкой; есть сценарный прогноз (оптимист/база/пессимист — при требовании); аргументирован выбор каналов и ожидаемый эффект; материалы оформлены и защищены

### Шкала оценивания.

#### Экзамен

Зачет	Критерии оценки
«зачтено»	Студент демонстрирует сформированность компетенций УК-9.1–УК-9.3 на пороговом уровне и выше: знает и корректно использует основные термины и метрики продвижения и экономики продукта (воронка, CAC, LTV, ARPU, churn/retention, CPA/CPC/CPM, ROMI/ROI), умеет выполнять базовые расчёты unit-экономики и бюджета, анализировать воронку и результаты продвижения, делать обоснованные выводы и предлагать решения (выбор канала, корректировка оффера/цены/креативов). Практические задания/кейс выполнены без критических ошибок; отчет/презентация оформлены, выводы подтверждены расчетами.
«не зачтено»	Компетенции УК-9.1–УК-9.3 не сформированы на пороговом уровне: студент не владеет базовыми понятиями и метриками, допускает существенные ошибки в расчетах (CAC/LTV/ROMI, воронка), не может обосновать выбор каналов и бюджет, выводы не подтверждены данными. Практическое задание не выполнено или выполнено с критическими ошибками; отсутствует связный план/расчеты/интерпретация результатов.

### 3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания по дисциплине

#### 3.1. В ходе реализации дисциплины используются следующие формы и методы текущего контроля

Тема и/или раздел	Формы/методы текущего контроля успеваемости
УК 9 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	
Рынок цифровых продуктов в РФ и основы go to market	Самостоятельная работа, конспект лекции

Юнит экономика и метрики продукта для принятия решений	Самостоятельная работа, конспект лекции
Исследование аудитории и упаковка продукта	Самостоятельная работа, конспект лекции
Каналы продвижения в РФ и медиапланирование	Самостоятельная работа, конспект лекции
Контент маркетинг и комьюнити	Самостоятельная работа, конспект лекции
Аналитика и атрибуция в российских условиях	Самостоятельная работа, конспект лекции
Эксперименты и оптимизация продвижения	Самостоятельная работа, конспект лекции
Правовые и этические ограничения продвижения в РФ	Самостоятельная работа, конспект лекции
Рынок цифровых продуктов в РФ и основы go to market	Самостоятельная работа, конспект лекции
Юнит экономика и метрики продукта для принятия решений	Самостоятельная работа, конспект лекции
Исследование аудитории и упаковка продукта	Самостоятельная работа, конспект лекции
Каналы продвижения в РФ и медиапланирование	Самостоятельная работа, конспект лекции
Контент маркетинг и комьюнити	Самостоятельная работа, конспект лекции
Аналитика и атрибуция в российских условиях	Самостоятельная работа, конспект лекции
Эксперименты и оптимизация продвижения	Самостоятельная работа, конспект лекции
Правовые и этические ограничения продвижения в РФ	Самостоятельная работа, конспект лекции
Анализ российского рынка и конкурентов, формирование позиционирования и УТП продукта	Практическая работа
Расчет юнит экономики, SAC LTV ARPU маржинальность, вывод о допустимом бюджете и цене	Практическая работа
Построение персоны и JTBD, формулирование оффера и структуры лендинга под РФ аудиторию	Практическая работа
Подбор каналов продвижения в РФ, медиаплан и прогноз трафика лидов и стоимости	Практическая работа
Настройка структуры рекламных кампаний, UTM разметка и подготовка к запуску	Практическая работа
План контент маркетинга и комьюнити, контент календарь для VK и Telegram	Практическая работа
Настройка аналитики, события воронки, цели в Яндекс Метрике или AppMetrica, базовый дашборд	Практическая работа
План экспериментов, А В тест оффера или креатива, критерии успеха и расчет мощности	Практическая работа
Проверка соответствия требованиям РФ, маркировка рекламы и согласия на данные, чек лист комплаенса	Практическая работа

### 3.2. Типовые материалы текущего контроля успеваемости обучающихся

## **УК 9 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности.**

Пример задания на практическое занятие

Цель: научиться принимать обоснованные экономические решения при продвижении цифрового продукта (каналы, бюджет, метрики, комплаенс).

Задание: Подготовка плана продвижения цифрового продукта в РФ на 1 месяц.

Задачи:

1. Проанализировать рынок и конкурентов, сформировать позиционирование и УТП.
2. Посчитать юнит-экономику (CAC, LTV, ARPU, маржинальность) и определить допустимый CPA/бюджет.
3. Выбрать 2–3 канала продвижения (Яндекс/VK/Telegram и др.), составить медиаплан и прогноз лидов/стоимости.
4. Подготовить план аналитики: UTM, события воронки, цели в Яндекс Метрике/AppMetrica.
5. Составить план 1–2 экспериментов (А/В оффера или креатива) и критерии успеха.
6. Сделать чек-лист соответствия требованиям РФ: маркировка рекламы (ЕРИР), согласия на данные (152-ФЗ).

Отчет: 2–3 страницы (или слайды): УТП, расчеты unit-экономики, медиаплан, КРП/метрики, план экспериментов, комплаенс-чеклист.

Типовые вопросы и задания к экзамену

1. Что такое go-to-market и из каких шагов он состоит?
2. Позиционирование, УТП, сегментация: как отличить и как применить.
3. Юнит-экономика: что такое CAC, LTV, ARPU, churn/retention, payback и как они связаны.
4. Как определить допустимый бюджет на привлечение по метрикам и маржинальности.
5. Основные каналы продвижения в РФ (Яндекс, VK, Telegram, ASO/маркетплейсы): когда какой выбирать.
6. Что такое медиаплан и какие показатели в нём обязательны (бюджет, CPM/CPC/CPA, прогноз лидов).
7. UTM-разметка и воронка: зачем нужны и как строятся.
8. Событийная аналитика: какие события фиксировать для оценки эффективности.
9. Атрибуция: что это и почему есть ограничения (кросс-девайс, платформы, антифрод).
10. А/В-тест в маркетинге: что тестируем, критерий успеха, риски ложных выводов.
11. ROMI/ROI: в чем разница и как интерпретировать.
12. Требования в РФ: что такое маркировка рекламы и зачем ЕРИР (на уровне понимания).
13. Персональные данные (152-ФЗ): базовые принципы согласий и хранения данных.
14. Практическое задание: по исходным данным посчитать CAC/LTV и выбрать канал продвижения с обоснованием.

### **3.3. Методические материалы проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся**

Перечень методических материалов для подготовки к текущему контролю и промежуточной аттестации:

1. Методические указания по выполнению практических занятий по дисциплине «Технологии командной разработки программного обеспечения». –URL: <http://aup.uisi.ru/4629963/>

2 Образовательная среда УрТИСИ СибГУТИ – URL: <https://moodle.uisi.ru>