

#### **4.4. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОДГОТОВКЕ К КОМПЬЮТЕРНОМУ ТЕСТИРОВАНИЮ**

Целью тестирования является проверка теоретических знаний обучающихся в данной предметной области, а так же умений и навыков использования различных методов и инструментария интернет-рекламы при решении стандартных маркетинговых задач. Знания студента должны охватывать все структурные элементы дисциплины «Реклама в Internet».

Само тестирование представляет собой процесс решения контрольных тестовых заданий студентами (каждым индивидуально) и последующей количественной оценки результатов ответов.

Тестовое задание представляет собой задание специфической формы, включаемое в тест. Тест по данной учебной дисциплине может содержать перечень альтернативных вариантов ответов, один из которых является правильным, а также предусматривать внесение в форму ответа некоторой, вычисляемой на основе задания, величины.

Тестовые задания разработаны по принципу возрастающей трудности. Соотношение заданий низкой, средней и высокой степени трудности по каждому ключевому компоненту изучаемого материала определяет структуру теста.

В ходе самостоятельной работы при подготовке к тестированию обучающиеся должны проработать предлагаемый теоретический материал по дисциплине, и, прежде всего, перечень основной литературы.

Для успешной сдачи теста студент должен знать:

- Предмет, метод и инструменты интернет-рекламы.
- Особенности, роль, значение, место и содержание работы по продвижению в сети интернет.
- Основные понятия, применяемые в практике интернет-рекламы.
- Порядок разработки и размещения рекламного контента в сети интернет.
- Классификацию инструментов интернет-рекламы.

- Существующие подходы к проектированию, разработке и продвижению рекламного контента в сети.

Только после тщательной проработки всех вышеуказанных вопросов студент может приступить к сдаче теста.