

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)

Факультет психологии

УТВЕРЖДАЮ:
Декан факультета психологии


Д.Ю. Баланев

«20» июня 2023 г.

Фонд оценочных средств по дисциплине

Профессиональные компетенции в высшей школе

по направлению подготовки/специальности

42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) подготовки:
«Цифровой бренд-менеджмент»

Форма обучения

Очная

Квалификация

Магистр

Год приема

2023

Томск – 2023

Фонд оценочных средств (ФОС) является элементом системы оценивания сформированности компетенций у обучающихся в целом или на определенном этапе ее формирования.

ФОС разрабатывается в соответствии с рабочей программой (РП) дисциплины «Профессиональные компетенции в высшей школе», включает в себя набор оценочных материалов для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по настоящей дисциплине.

1. Паспорт оценочных средств

Направление подготовки: 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): «Цифровой бренд-менеджмент»

Семестр изучения: 2 семестр

Форма (формы) текущего контроля: анализ кейсов, практические задания, итоговый проект с презентацией.

Форма проведения промежуточной аттестации: экзамен.

Оценивание результатов учебной деятельности обучающихся при изучении дисциплины осуществляется по десятибалльной системе.

2. Компетенции, закрепленные за дисциплиной и результаты обучения

Наименование категории (групп) компетенций	Компетенция	Индикатор компетенции	Код и наименование результатов обучения (планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций)
Универсальная компетенция Командная работа и лидерство	УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	ИУК - 3.1 Формирует стратегию командной работы на основе совместного обсуждения целей и направлений деятельности для их реализации.	РО-УК-3.1 Обучающийся знает способы организации командной работы, которые могут использоваться для профессиональной деятельности в высшей школе
		ИУК – 3.2 Организует работу команды с учетом объективных условий (технология, внешние факторы, ограничения), индивидуальных особенностей поведения и возможностей членов команды.	РО-УК - 3.2 В ходе командной работы обучающийся умеет оценивать объективные условия (технологии, внешние факторы, ограничения), индивидуальные особенности поведения и возможности членов команды
		ИУК -3.3 Обеспечивает выполнение поставленных задач на основе мониторинга командной работы и своевременного реагирования на существенные отклонения	РО-УК-3.3 – Обучающийся владеет методами мониторинга командной работы и своевременного реагирования на существенные отклонения

	ОПК-4 Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты.	ИОПК-4.1. Умеет определять ценности, потребности, интересы и ожидания целевых аудиторий при создании медиатекстов, медиа и коммуникационных продуктов.	РО – ОПК-4.1.1 Обучающийся осознает важность изучения потребностей и ожиданий аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в сфере высшего образования РО – ОПК - 4.1.2 Обучающийся использует аналитические данные и данные опубликованных исследований, а также проводит свои исследования для выявления ценностей, потребностей, интересов и ожиданий целевых аудиторий в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в сфере высшего образования
		ИОПК-4.2. Умеет сегментировать аудиторию, исходя из ее социально - демографических, психографических, поведенческих и др. характеристик	РО – ОПК -4.2.1 Обучающийся знает, выявление каких характеристик позволяет составить психографический, социально-графический и поведенческий портрет целевой аудитории РО – ОПК – 4.2.2 Обучающийся умеет сегментировать нужную целевую аудиторию на основе выявленных характеристик
		ИОПК-4.3. Выстраивает и реализует личную профессиональную стратегию развития с учетом общественных интересов, соблюдая этику деловых отношений с партнерами, клиентами, коллегами, целевыми аудиториями.	РО – ОПК – 4.3.1 –Обучающийся умеет использовать вторичные данные и проводить исследования с целью выявления общественных интересов, а также принятых в том или ином сообществе правил и норм поведения РО – ОПК – 4.3.2 – Обучающийся выражает профессиональный интерес к анализу общественных изменений, к аналитическим данным, к современным прикладным исследованиям и использует собранную информацию в целях повышения эффективности своей профессиональной стратегии в высшей школе
Общепрофессиональные компетенции Медиакоммуникационная	ОПК-5 Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных	ИОПК - 5.1 Организует профессиональную деятельность в соответствии с правовыми и этическими нормами регулирования коммуникации.	РО-ОПК- 5.1 Обучающийся знает этические принципы академического сообщества, а также основания этического регулирования профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью для

система	х систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования		социально-ответственного подхода к реализации профессиональной деятельности в высшей школе
		ИОПК-5.2 Организует эффективные on- и offline медиакоммуникации с внутренней и внешней общественностью	РО-ОПК- 5.2 Обучающийся умеет проводить коммуникационный аудит, составлять медиакарту и медиаплан для эффективных on- и offline медиакоммуникаций с внутренней и внешней общественностью
		ИОПК-5.3 Владеет технологиями организации публичных мероприятий on- и offline разного масштаба для стейкхолдеров от власти, бизнеса, общественных структур; умеет анализировать их эффективность.	РО-ОПК -5.3 Обучающийся владеет современными технологиями организации научно-деловых и имиджевых мероприятий on- и offline разного масштаба для различных целевых групп
<p>Профессиональные компетенции</p> <p>Тип задач профессиональной деятельности</p> <p>Организационно-управленческий</p> <p>Обобщенная трудовая функция В «Организация работы подразделения СМИ» Уровень «В/02.7</p> <p>Планирование и координация деятельности подразделения»</p> <p>Профессиональный стандарт «11.006 Редактор средств массовой информации», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты</p>	<p>ПК-5 Способен к технической обработке и размещению контента на интернет-площадках (на сайте, в соцсетях, в электронной рассылке)</p>	<p>ИПК-5.1 Владеет разными способами поиска информации, ввода и обработки цифровых данных с помощью текстовых, графических, видео и фоторедакторов, обладает навыками форматирования разного типа контента, работы с базами данных; поддерживает процессы модернизации и продвижения сайта</p>	<p>РО-ПК-5.1 1 Обучающийся владеет разными способами поиска информации, ввода и обработки цифровых данных с помощью текстовых, графических, видео и фоторедакторов, обладает навыками форматирования разного типа контента, работы с базами данных; под контролем поддерживает процессы модернизации и продвижения сайта/аккаунта в социальной сети</p>
		ИПК-5.2 Создает и редактирует информационные, PR и рекламные материалы для печатных и электронных информационных ресурсов.	РО-ПК-5.2 Обучающийся создает и редактирует информационные, PR и рекламные материалы для печатных и электронных информационных ресурсов
		ИПК-5.3 Осуществляет публикацию и редактирование контента, комьюнити-менеджмент (в т.ч. на сайте и в социальных сетях) в соответствии с	РО-ПК-5.3 Обучающийся под контролем осуществляет публикацию и редактирование контента, комьюнити-менеджмент (в т.ч. на сайте и в социальных сетях) в соответствии с информационными потребностями посетителей сайта

Российской Федерации от 04.08.2014 № 538н		информационными потребностями посетителей сайта и других стейкхолдеров.	и других стейкхолдеров
---	--	---	------------------------

3. Критерии оценивания результатов обучения

В качестве уровней сформированности компетенций обучающихся в результате освоения дисциплины выделяются следующие:

1. Допороговый уровень (далее – неудовлетворительно).
2. Пороговый уровень (далее - удовлетворительно)
3. Базовый уровень (далее – хорошо)
4. Продвинутый уровень (далее – отлично)

Компетенция	Индикатор компетенции	Код и наименование результатов обучения (планируемые результаты обучения, характеризующие этапы формирования компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения			
			Неудовлетворительно	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	ИУК - 3.1 Формирует стратегию командной работы на основе совместного обсуждения целей и направлений деятельности для их реализации.	РО-УК-3.1 Обучающийся знает способы организации командной работы, которые могут использоваться для профессиональной деятельности в высшей школе	Отсутствие знания	Фрагментарное знание	Продуктивный уровень усвоения знания	Творческий уровень овладения знанием
	ИУК – 3.2 Организует работу команды с учетом объективных условий (технология, внешние факторы, ограничения), индивидуальных особенностей поведения и возможностей членов команды.	РО-УК - 3.2 В ходе командной работы обучающийся умеет оценивать объективные условия (технологии, внешние факторы, ограничения), индивидуальные особенности поведения и возможности членов команд	Отсутствие умения	Фрагментарное проявление умения по алгоритму, образцу	Безошибочное, но требующее самоконтроля проявление умения	Безошибочное и автоматизированное проявление умения

	ИУК -3.3 Обеспечивает выполнение поставленных задач на основе мониторинга командной работы и своевременного реагирования на существенные отклонения	РО-УК-3.3 – Обучающийся владеет методами мониторинга командной работы и своевременного реагирования на существенные отклонения	Отсутствие навыка	Фрагментарное применение навыка	В целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками применение навыка	Успешное и систематическое применение навыка
ОПК-4 Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты.	ИОПК-4.1. Умеет определять ценности, потребности, интересы и ожидания целевых аудиторий при создании медиатекстов, медиа и коммуникационных продуктов.	РО – ОПК-4.1.1 Обучающийся осознает важность изучения потребностей и ожиданий аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в сфере высшего образования РО – ОПК - 4.1.2 Обучающийся использует аналитические данные и данные опубликованных исследований, а также проводит свои исследования для выявления ценностей, потребностей, интересов и ожиданий целевых аудиторий в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в сфере высшего образования	Отсутствие знания/умения	Фрагментарное знание/ Фрагментарное проявление умения по алгоритму, образцу	Продуктивный уровень усвоения знания/ Безошибочное, но требующее самоконтроля проявление умения/ В целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками применение навыка	Творческий уровень овладения знанием/ Безошибочное и автоматизированное проявление умения
	ИОПК-4.2. Умеет сегментировать аудиторию, исходя из ее социально-демографических, психографических, поведенческих и др. характеристик	РО – ОПК -4.2.1 Обучающийся знает, выявление каких характеристик позволяет составить психографический, социально-графический и поведенческий портрет целевой аудитории РО – ОПК – 4.2.2 Обучающийся умеет сегментировать аудиторию на основе выявленных характеристик	Отсутствие знания/умения	Фрагментарное знание/ Фрагментарное проявление умения по алгоритму, образцу	Продуктивный уровень усвоения знания/ Безошибочное, но требующее самоконтроля проявление умения	Творческий уровень овладения знанием/ Безошибочное и автоматизированное проявление умения
	ИОПК-4.3. Выстраивает и реализует личную профессиональную стратегию развития с	РО – ОПК – 4.3.2 – Обучающийся умеет использовать вторичные данные и проводить исследования с целью выявления общественных интересов, принятых в том или ином сообществе правил и норм поведения	Отсутствие умения/навыка	Фрагментарное проявление умения по алгоритму, образцу/	Безошибочное, но требующее самоконтроля проявление	Безошибочное и автоматизированное проявление

	учетом общественных интересов, соблюдая этику деловых отношений с партнерами, клиентами, коллегами, целевыми аудиториями.	РО – ОПК – 4.3.3 – Обучающийся выражает профессиональный интерес к анализу общественных изменений, к аналитическим данным, к современным прикладным исследованиям и использует собранную информацию в целях повышения эффективности своей профессиональной стратегии в высшей школе		Фрагмент арное применение навыка	е умения/ успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками применение навыка	умения/ Успешное и систематическое применение навыка
ОПК-5 Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм рег-я	ИОПК - 5.1 Организует профессиональную деятельность в соответствии с правовыми и этическими нормами регулирования коммуникации.	РО-ОПК- 5.1 Обучающийся знает этические принципы академического сообщества, а также основания этического регулирования профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью для социально-ответственного подхода к реализации профессиональной деятельности в высшей школе	Отсутствие знания	Фрагмент арное знание	Продуктивный уровень усвоения знания	Творческий уровень овладения знанием
	ИОПК-5.2 Организует эффективные on- и offline медиакоммуникации с внутренней и внешней общественностью	РО-ОПК- 5.2 Обучающийся умеет проводить коммуникационный аудит, составлять медиакарту и медиаплан для эффективных on- и offline медиакоммуникаций с внутренней и внешней общественностью	Отсутствие умения	Фрагмент арное проявление умения по алгоритму, образцу	Безошибочное, но требующее самоконтроля проявление умения	Безошибочное и автоматизированное проявление умения
	ИОПК-5.3 Владеет технологиями организации публичных мероприятий on- и offline	РО-ОПК -5.3 Обучающийся владеет современными технологиями организации научно-деловых и имиджевых мероприятий on- и offline разного масштаба для различных	Отсутствие навыка	Фрагмент арное применение навыка	В целом успешное, но сопровождающееся отдельными	Успешное и систематическое применение навыка

	разного масштаба для стейкхолдеров от власти, бизнеса, общ-х структур; умеет анализировать их эффективность.	стейкхолдеров			ошибками применен ие навыка	
ПК-5 Способен к технической обработке и размещению контента на интернет-площадках (на сайте, в соцсетях, в электронно й рассылке)	ИПК-5.1 Владеет разными способами поиска информации, ввода и обработки цифровых данных с помощью текстовых, графических, видео и фоторедакторо в, обладает навыками форматировани я разного типа контента, работы с базами данных; поддерживает процессы модернизации и продвижения сайта	РО-ПК-5.1 Обучающийся владеет разными способами поиска информации, ввода и обработки цифровых данных с помощью текстовых, графических, видео и фоторедакторов, обладает навыками форматирования разного типа контента, работы с базами данных; под контролем поддерживает процессы модернизации и продвижения сайта/аккаунта в социальной сети	Отсутствие навыка	Фрагмент арное применен ие навыка	В целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками применен ие навыка	Успешн ое и системат ическое примене ние навыка
	ИПК-5.2 Создает и редактирует информационн ые, PR и рекламные материалы для печатных и электронных информационн ых ресурсов.	РО-ПК-5.2 Обучающийся создает и редактирует информационные, PR и рекламные материалы для печатных и электронных информационных ресурсов	Отсутствие навыка	Фрагмент арное применен ие навыка	В целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками применен ие навыка	Успешн ое и системат ическое примене ние навыка
	ИПК-5.3 Осуществляет публикацию и редактирование контента, комьюнити-менеджмент (в т.ч. на сайте и в социальных сетях) в соответствии с информационн	РО-ПК-5.3 Обучающийся под контролем осуществляет публикацию и редактирование контента, комьюнити-менеджмент (в т.ч. на сайте и в социальных сетях) в соответствии с информационными потребностями посетителей сайта и других стейкхолдеров	Отсутствие навыка	Фрагмент арное применен ие навыка	В целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками применен ие навыка	Успешн ое и системат ическое примене ние навыка

	ыми потребностями посетителей сайта и других стейкхолдеров.					
--	---	--	--	--	--	--

4 . Оценочные средства для проведения текущего контроля

Текущий контроль проводится регулярно на практических занятиях с целью получения оперативной информации об усвоении учебного материала и диагностики сформированности компетенций.

Этапы формирования компетенций (разделы дисциплины)	Код и наименование результатов обучения	Вид оценочного средства и вес задания (тесты, задания, кейсы, вопросы и др.)
Раздел 1 Образование как сфера будущего профессионального развития	РО – ОПК – 4.3.2 – Обучающийся выражает профессиональный интерес к анализу общественных изменений, к аналитическим данным, к современным прикладным исследованиям и использует собранную информацию в целях повышения эффективности своей профессиональной стратегии в высшей школе РО-ПК-5.1 Обучающийся владеет разными способами поиска информации, ввода и обработки цифровых данных с помощью текстовых, графических, видео и фоторедакторов, обладает навыками форматирования разного типа контента, работы с базами данных; под контролем поддерживает процессы модернизации и продвижения сайта/аккаунта в социальной сети	- Практическое задание 1 (вес 0,1) -Вопросы на экзамене № 1-4
Раздел 2 Корпоративная культура университетов и этические основания практики специалистов по рекламе и связям в высшей школе	РО-УК-3.1 Обучающийся знает способы организации командной работы, которые могут использоваться для профессиональной деятельности в высшей школе; РО-УК - 3.2 В ходе командной работы обучающийся умеет оценивать объективные условия (технологии, внешние факторы, ограничения), индивидуальные особенности поведения и возможности членов команды; РО-УК-3.3 – Обучающийся владеет методами мониторинга командной работы и своевременного реагирования на существенные отклонения; РО-ОПК- 5.1 Обучающийся знает этические принципы академического сообщества, а также основания этического регулирования профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью для социально-ответственного подхода к реализации профессиональной деятельности в высшей школе; РО-ОПК -5.3 Обучающийся владеет современными технологиями организации научно-деловых и имиджевых мероприятий on- и offline разного масштаба для различных стейкхолдеров РО – ОПК – 4.3.1 – Обучающийся умеет использовать вторичные данные и проводить исследования с целью выявления общественных интересов, а также	- Участие в семинарских занятиях (формат ситуационный анализ в группах, разбор кейсов); - Вопросы на зачете № 5-7

	<p>принятых в том или ином сообществе правил и норм поведения;</p> <p>РО – ОПК – 4.3.2 – Обучающийся выражает профессиональный интерес к анализу общественных изменений, к аналитическим данным, к современным прикладным исследованиям и использует собранную информацию в целях повышения эффективности своей профессиональной стратегии в высшей школе</p>	
<p>Раздел 3 Высшее образование в цифровую эпоху</p>	<p>РО-УК-3.1 Обучающийся знает способы организации командной работы, которые могут использоваться для профессиональной деятельности в высшей школе;</p> <p>РО-УК - 3.2 В ходе командной работы обучающийся умеет оценивать объективные условия (технологии, внешние факторы, ограничения), индивидуальные особенности поведения и возможности членов команды;</p> <p>РО-УК-3.3 – Обучающийся владеет методами мониторинга командной работы и своевременного реагирования на существенные отклонения;</p> <p>РО – ОПК-4.1.1 Обучающийся осознает важность изучения потребностей и ожиданий аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в сфере высшего образования</p> <p>РО – ОПК - 4.1.2 Обучающийся использует аналитические данные и данные опубликованных исследований, а также проводит свои исследования для выявления ценностей, потребностей, интересов и ожиданий целевых аудиторий в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в сфере высшего образования</p> <p>РО – ОПК -4.2.1 Обучающийся знает, выявление каких характеристик позволяет составить психографический, социально-графический и поведенческий портрет целевой аудитории</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Участие в семинарах (ситуационный анализ, работа в команде); - Посещение мероприятия - Вопросы на экзамене № 8-13
<p>Раздел 4. Позиционирование и продвижение университета в России и мире</p>	<p>РО-УК-3.1 Обучающийся знает способы организации командной работы, которые могут использоваться для профессиональной деятельности в высшей школе;</p> <p>РО-УК - 3.2 В ходе командной работы обучающийся умеет оценивать объективные условия (технологии, внешние факторы, ограничения), индивидуальные особенности поведения и возможности членов команды;</p> <p>РО-УК-3.3 – Обучающийся владеет методами мониторинга командной работы и своевременного реагирования на существенные отклонения;</p> <p>РО – ОПК-4.1.1 Обучающийся осознает важность изучения потребностей и ожиданий аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в сфере высшего образования;</p> <p>РО – ОПК - 4.1.2 Обучающийся использует аналитические данные и данные опубликованных</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Практическое задание 2 «Составление медиакарты и медиаплана» (вес 0,1); - Анализ кейсов; - Практическое задание 3 «Коммуникационный интернет-аудит» (вес 0,1);

	<p>исследований, а также проводит свои исследования для выявления ценностей, потребностей, интересов и ожиданий целевых аудиторий в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в сфере высшего образования;</p> <p>РО – ОПК – 4.2.2 Обучающийся умеет сегментировать нужную целевую аудиторию на основе выявленных характеристик;</p> <p>РО – ОПК – 4.3.1 – Обучающийся умеет использовать вторичные данные и проводить исследования с целью выявления общественных интересов, а также принятых в том или ином сообществе правил и норм поведения;</p> <p>РО – ОПК – 4.3.2 – Обучающийся выражает профессиональный интерес к анализу общественных изменений, к аналитическим данным, к современным прикладным исследованиям и использует собранную информацию в целях повышения эффективности своей профессиональной стратегии в высшей школе;</p> <p>РО-ОПК- 5.2 Обучающийся умеет проводить коммуникационный аудит, составлять медиакарту и медиаплан для эффективных on- и offline медиакоммуникаций с внутренней и внешней общественностью;</p> <p>РО-ОПК -5.3 Обучающийся владеет современными технологиями организации научно-деловых и имиджевых мероприятий on- и offline разного масштаба для различных стейкхолдеров</p> <p>РО-ПК-5.1 Обучающийся владеет разными способами поиска информации, ввода и обработки цифровых данных с помощью текстовых, графических, видео и фоторедакторов, обладает навыками форматирования разного типа контента, работы с базами данных; под контролем поддерживает процессы модернизации и продвижения сайта/аккаунта в социальной сети</p>	<p>- Посещение мероприятия</p> <p>- Вопросы на экзамене № 14-21</p>
Завершающие практические занятия	<p>РО-УК-3.1, 3.2, 3.3; РО-ОПК-4.2.2;</p> <p>РО-ОПК-4.3.1, 4.3.2; РО-ОПК-5.2,5.3;</p> <p>РО-ПК-5.1, РО-ПК-5.2, РО-ПК-5.3</p>	<p>- Презентация итоговых учебных проектов (0,3)</p>

4.1 Содержание оценочных средств

В начале курса обучающиеся получают индивидуальное задание по разработке Итогового учебного проекта.

Описание задания:

1. Индивидуальное задание «Итоговый учебный проект» является самым трудозатратным, и поэтому самым важным заданием курса. Возможные цели проекта – разработка программы позиционирования и продвижения университета, образовательной программы, научно-исследовательского центра (лаборатории), личного бренда ученого; разработка коммуникационной программы продвижения специального мероприятия для стейкхолдеров высшей школы; создание конкретного коммуникационного продукта (сайта, рекламных материалов и т.п.). Проект может описывать планируемые мероприятия, а может быть реализован ранее или по ходу семестра.

2. Предмет проекта обучающийся выбирает самостоятельно, консультируясь с преподавателем дисциплины и научным руководителем.

Требования к заданию:

1. Проект предполагает аналитический, стратегический, внедренческий и презентационный этап.
2. У проекта должен быть реальный или потенциальный «заказчик» (базисный субъект PR).
3. Содержательно проект должен отражать знание затронутых (автором) тем курса, демонстрировать обозначенные в программе результаты обучения (владение компетенциями). Важно продемонстрировать знание способов управления работой команды в процессе описания реализации проекта (УК-3).
4. К двум заключительным занятиям курса обучающийся готовит электронную презентацию и выступает с защитой проекта. Доклад не более 15 минут, презентация не более 20 слайдов. В конце обязательно нужно указать используемые источники (электронные ресурсы и пр.).
5. Оценивается не только содержание проекта, но и его публичная презентация, умение отвечать на вопросы.
6. Если проект не был защищен во время занятий, он высылается преподавателю по электронной почте. Преподаватель проверяет презентацию и задает вопросы автору. Если студент пропустил «защиту» по неуважительной причине, то оценка за проект снижается. Задание оценивается в баллах: 100-80 –отлично; 70-50 – хорошо; 40-30 - удовлетворительно, ниже 30 баллов – неудовлетворительно.

По разделу 1 Образование как сфера будущего профессионального развития

- Практическое задание 1 ««Личный кабинет» молодого исследователя» (в рамках СРС, вес 0,1)

Описание задания:

- 1) на сайте elibrary.ru необходимо создать личный профиль, разобраться с возможностями ресурса, привязать (при наличии) свои публикации к профилю, выбрать подходящие по тематике будущей ВКР научные журналы (2-3);
- 2) необходимо зарегистрироваться в одной из международных социальных сетей ученых, заполнить свой профиль, изучить особенности и возможности платформы;
- 3) на сайте ТГУ найти раздел по программам обучения и стажировок, конкурсов и грантов для студентов, выбрать подходящие для себя;
- 4) подписаться на один из интернет-сайтов, анонсирующих конференции, настроить индивидуальные фильтры для получения рассылки;
- 5) скрины профилей и др. результаты работы нужно представить в электронной презентации и в срок разместить в Moodle.

Задание оценивается в баллах: 100-80 –отлично (выполнены все пункты задания); 70-50 – хорошо (не выполнен один из пунктов задания); 40-30 – удовлетворительно (не выполнено два пункта задания), ниже 30 баллов – неудовлетворительно (не выполнено три и более пунктов).

По разделу 2 Корпоративная культура университетов и этические основания практики специалистов по рекламе и связям в высшей школе

- Участие в дискуссиях (6 часов, по темам 2.1, 2.2)

Семинары-дискуссии проходит в различных игровых форматах и предполагает групповые виды работ (работа в команде). Подготовка к дискуссиям предполагает самостоятельное изучение предложенных преподавателем учебных материалов, а также поиск

дополнительных материалов. На занятиях происходит обсуждение тех или иных аспектов темы. Оценивается активность участия в обсуждении, аргументированность своей позиции, ее подкрепленность прочитанным материалом, умение проиллюстрировать предмет обсуждения на примере из профессиональной сферы. На занятии по теме 2.1 важно продемонстрировать понимание этических оснований профессиональной деятельности, уметь обосновать необходимость социально-ответственного подхода к профессиональной деятельности, в том числе в академической среде, выразить свою готовность учитывать профессиональные этические нормы и правила в будущей практике.

За активность и проявленные знания студенты на семинаре получают отметку «участвовал».

Отсутствие на занятии предполагает, что темы надо «отработать»: на экзамене студент получает дополнительный вопрос по пропущенной теме.

По разделу 3 Высшее образование в цифровую эпоху

- Участие в дискуссиях (6 часов, по темам 3.1, 3.2, 3.3)

Семинары-дискуссии проходят в различных игровых форматах и предполагает групповые виды работ (работа в команде). Подготовка к дискуссии предполагает самостоятельное изучение предложенных преподавателем учебных материалов, а также поиск дополнительных материалов. На занятиях отрабатываются навыки ситуационного анализа (работа с кейсами), навыки поиска и анализа информации, исследовательские навыки. Акцент делается на методы анализа целевых аудиторий (например, при изучении современных образовательных онлайн-программ). Во время занятий оценивается активность участия в работе команды, участие в дискуссиях, аргументированность своей позиции, ее подкрепленность прочитанным материалом, умение проиллюстрировать предмет обсуждения на примере из профессиональной сферы. За активность и проявленные знания студенты на семинаре получают отметку «участвовал».

Отсутствие на занятии предполагает, что темы надо «отработать»: на экзамене студент получает дополнительный вопрос по пропущенной теме.

- Обучающийся посещает просветительское или специальное мероприятие, проводимые в ТГУ или другом вузе города, страны (в том числе, онлайн-мероприятия). Это внеаудиторная нагрузка студента (СРС), но в таблицу ставится отметка о посещении мероприятия (как показатель этапа формирования соответствующих компетенций).

По разделу 4 Позиционирование и продвижение университета в России и мире

- Практическое задание 2 «Составление медиакарты и медиаплана» (на занятии по теме 4.1, 2 часа, вес 0,1)

Описание задания:

Студенты находят примеры коммуникационных кампаний/мероприятий российских и зарубежных вузов для разных стейкхолдеров. Выбирают один для задания. Опираясь на дополнительный материал, студенты в микро-группах на занятии должны составить «проект» медиакарты и медиаплана, на который могла бы опираться пресс-служба или отдел по связям с общественностью (рекламно-информационный отдел, отдел по продвижению) университета при планировании и реализации этой кампании/мероприятия. Оценивается знание пройденного материала, умение осуществлять поиск, анализ, систематизацию информации, умение работать в команде, понимание оснований для сегментации целевой аудитории, умение выбирать медиа с учетом интересов и ожиданий

целевой аудитории, понимание специфики медиакоммуникационных систем региона, страны, мира.

Отсутствующие студенты выполняют задание индивидуально во внеаудиторное время, высылают задание на почту преподавателя, отвечают на вопросы.

Задание оценивается в баллах: 100-80 –отлично; 70-50 – хорошо; 40-30 – удовлетворительно, ниже 30 баллов – неудовлетворительно.

-Анализ кейсов на занятии по теме 4.2.

Преподаватель презентует кейсы различных видов специальных мероприятий для стейкхолдеров университета. Студенты по микро-группам анализируют кейсы, выявляя такие параметры как цель, целевая аудитория, задачи, использованные информационные, технические, кадровые ресурсы, возможные источники формирования бюджета мероприятия, концепция, этапы подготовки и этапы/способы освещения мероприятия, предполагаемые критерии эффективности и пр. Анализ кейса представляется в устной форме. Оценивается умение работать в команде, обоснованность выявленных параметров, знание технологических алгоритмов организации специальных мероприятий для различных стейкхолдеров.

Отсутствующие студенты выполняют задание индивидуально во внеаудиторное время, высылают анализ кейса на почту преподавателя, отвечают на вопросы.

Задание оценивается «принято-не принято».

- Практическое задание 3 (на занятии 4.3, 2 часа, вес 0,1) «Коммуникационный Интернет-аудит университета»

Опираясь на материалы лекции и изученный дополнительный материал, студенты на занятии проводят коммуникационный интернет-аудит одного из российских или зарубежных вуза. Оценивается умение использовать потенциал групповой работы, навыки поиска, анализа, описания обнаруженных данных, знание алгоритма коммуникационного интернет-аудита. В конце занятия группа представляет результаты аудита.

Задание оценивается в баллах: 100-80 –отлично; 70-50 – хорошо; 40-30 – удовлетворительно, ниже 30 баллов – неудовлетворительно.

-Анализ кейсов на занятии по теме 4.4 (2 часа)

Обучающиеся на сайте и других интернет-ресурсах ТГУ осуществляют поиск различных цифровых форматов научного PR, анализируют с точки зрения технологии и представляют результаты анализа во время занятия.

Отсутствующие студенты выполняют задание индивидуально во внеаудиторное время, высылают анализ кейса на почту преподавателя, отвечают на вопросы.

Задание оценивается «принято-не принято».

- Обучающийся посещает просветительское или специальное мероприятие, проводимые в ТГУ или другом вузе города, страны. Это внеаудиторная нагрузка студента (СРС), но в таблицу ставится отметка о посещении мероприятия (как показатель этапа формирования соответствующих компетенций).

5. Критерии оценивания результатов текущей аттестации

Текущий контроль по дисциплине проводится путем контроля посещаемости, подготовки и анализа кейсов, проверки практических заданий, презентации итогового проекта. Фиксируется в форме контрольной точки не менее одного раза в семестр.

Конкретизация требований к заданиям и итоговому проекту см. в п. 4.

Критерии оценки за подготовку и анализ кейсов ¹:

0 баллов – студент на занятии отсутствовал.

1 балл - на занятии присутствовал, кейс представил, но не справился с выполнением требований к заданию.

2-4 балла - на занятии присутствовал, представил в кейсе неактуальные примеры, или те, в которых бренды не используют новейшие технологические тренды и интернет-инструменты, не выявлены цели специального события или его тип и формат, не определены те приемы или инструменты, которые придали ивенту характеристики событийности и повысили его эффективность; результаты анализа представлены студентом неполно, или неясно, слабо представляет перспективы развития сферы событийных коммуникаций в цифровую эпоху.

5-7 баллов - на занятии присутствовал, представил в кейсе не самые актуальные примеры, или те, в которых бренды не используют новейшие технологические тренды и интернет-инструменты, выявлены цели специального события, его тип и формат, определены те приемы и инструменты, которые придали ивенту характеристики событийности и повысили его эффективность; результаты анализа представлены студентом полно, ясно и логично, слабо представляет перспективы развития сферы событийных коммуникаций в цифровую эпоху.

8-10 баллов - на занятии присутствовал, представил в кейсе свежие и яркие примеры, в которых бренды используют самые новейшие технологические тренды и интернет-инструменты, выявлены цели специального события, его тип и формат, определены те приемы и инструменты, которые придали ивенту характеристики событийности и повысили его эффективность; результаты анализа представлены студентом полно, ясно и логично, способен описать перспективы развития сферы событийных коммуникаций в цифровую эпоху.

Критерии оценки за представление итогового проекта:

0 балл – студент не подготовил проект, на занятии отсутствовал.

1 балла – на занятии присутствовал, презентация подготовлена, но проект не соответствует большинству требований.

2 балла – презентация подготовлена, представлена слабо, проект не соответствует больше половины требований, у проекта нет заказчика (вымышленный).

3 балла – на занятии присутствовал, презентация подготовлена, но слабо представлена, проект не соответствует половине требований, студент не может ответить на вопросы по проекту, заказчик видел проект, но попросил доработать к реализации.

4 балла – на занятии присутствовал, презентация подготовлена, но слабо представлена, проект не соответствует половине требований, студент слабо отвечает на вопросы по проекту, заказчик видел проект, но попросил доработать к реализации.

5 баллов – на занятии присутствовал, презентация подготовлена, но слабо представлена, проект соответствует большинству требований, студент слабо отвечает на вопросы по проекту, проект одобрен заказчиком, но не реализован.

6 баллов – на занятии присутствовал, презентация подготовлена и представлена, проект соответствует требованиям, студент неуверенно отвечает на вопросы по проекту.

7 баллов – на занятии присутствовал, презентация подготовлена и хорошо представлена, проект соответствует требованиям, студент неуверенно отвечает на вопросы по проекту, реализация проекта запланирована (проект одобрен потенциальным заказчиком).

¹ Оценивание производится в десятибалльной системе, где 1 балл соответствует оценке по пятибалльной системе – неудовлетворительно, 2-4 – удовлетворительно, 5-7 – хорошо, 8-10 – отлично.

8 баллов – на занятии присутствовал, презентация подготовлена и хорошо представлена, проект соответствует требованиям, студент уверенно отвечает на вопросы по проекту, реализация проекта запланирована (проект одобрен потенциальным заказчиком).

9 баллов – на занятии присутствовал, презентация подготовлена и блестяще представлена, проект соответствует требованиям, студент уверенно отвечает на вопросы по проекту, реализация проекта запланирована (проект одобрен потенциальным заказчиком).

10 баллов - на занятии присутствовал, презентация подготовлена и блестяще представлена, проект соответствует требованиям, студент уверенно отвечает на вопросы по проекту, реализация проекта прошла успешно.

6. Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

6.1 Порядок проведения промежуточной аттестации

Оценка за курс складывается из итогового балла, полученного студентом за работу в семестре, и балла, полученного по итогам экзамена. **Оценка** выставляется при условии, что итоговая совокупная оценка студента - не менее 4 баллов.

Распределение весов при расчете итоговой оценки:

- итоговый балл за работу в семестре – баллы, полученные за два задания и умноженные на 0,6 (макс. 6)

- итоговый балл, полученный за работу непосредственно на экзамене – балл от 1 до 10 (где 1 балл соответствует оценке по пятибалльной системе – неудовлетворительно, 2-4 – удовлетворительно, 5-7 – хорошо, 8-10 – отлично), умноженный на 0,4.

Максимальный совокупный балл, который может получить студент за работу в семестре и успешно пройденную промежуточную аттестацию – 10 баллов.

Экзамен во втором семестре проводится в устной форме по билетам. Билет содержит теоретический и практический вопрос (примеры, кейсы). Продолжительность зачета 1,5 часа. Студент допускается к сдаче экзамена при условии выполнения/сдачи практических заданий текущего контроля.

6.2 Типовые вопросы к экзамену

1. Университет и мировые образовательные тренды (обзор)
2. Спектр «университетских» профессий специалиста в сфере коммуникаций (обзор)
3. Преподавание коммуникативных дисциплин как профессиональная перспектива: современные вызовы и необходимые компетенции
4. Научно-исследовательская деятельность как стратегия профессионального развития в высшей школе. Способы формирования коммуникативного пространства ученого в интернет
5. Этические основания профессиональных коммуникаций специалистов по рекламе и связям с общественностью (профессиональные этические кодексы) и их роль в сохранении академической культуры высшей школы
6. Коммуникативные инструменты формирования корпоративной культуры университета
7. Корпоративная культура как основа идентичности бренда университета
8. Создание конкурентоспособных образовательных онлайн-программ и онлайн-курсов в вузе: рыночные, педагогические, технологические основания
9. Современные цифровые технологии в образовании (обзор)
10. Понятие цифровой грамотности и способы ее повышения в высшей школе
11. Проблема устранения цифрового разрыва между преподавателями и студентами
12. Возможности использования социальных сетей в образовательных целях

13. Создание электронного образовательного пространства для обучения в высшей школе
14. Роль традиционных медиа в выстраивании внешних и внутренних коммуникаций университета
15. Направления работы пресс-службы/отдела по связям с общественностью /информационно-рекламного отдела вуза
16. Инструменты медиапланирования при реализации коммуникационных кампаний вуза
17. Особенности организации научно-деловых мероприятий в вузе онлайн и оффлайн
18. Особенности организации имиджевых специальных мероприятий для различных стейкхолдеров университета
19. Формирование бренда вуза с помощью новых медиа
20. Коммуникационный интернет-аудит как основа для разработки программ позиционирования и продвижения университета
21. Научный PR: особенности технологии и современные подходы

6.3 Критерии оценивания результатов промежуточной аттестации

Критерии оценивания результатов обучения приведены в таблице 3 и детализированы критериями оценивания результатов промежуточной аттестации детализированы в п. 6.4.

6.4. Критерии оценки вопросов к экзамену.

Критерии оценки:²

10-8 баллов (отлично) выставляется обучающемуся, усвоившему программный материал, исчерпывающе, грамотно и логически стройно его излагающему. При этом обучающийся не затрудняется с ответом на дополнительный вопрос, проявляет знакомство с литературой, обосновывает свою позицию, делает собственные выводы. Практический пример пояснен полно и детально.

7-5 баллов (хорошо) выставляется обучающемуся, твердо знающему программный материал, грамотно и по существу излагающего его, без существенных неточностей в ответе на вопрос, но не в полной мере способного аргументировать собственные выводы. Пример практического задания пояснен на достаточно хорошем уровне, но требует уточнения по некоторым пунктам.

4-2 балла (удовлетворительно) выставляется обучающемуся, который имеет знания только основного материала, но не усвоил его детали, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения последовательности в изложении материала и испытывает трудности в выполнении практического задания.

1-0 баллов (неудовлетворительно) выставляется обучающемуся, который не усвоил значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, не умеет аргументировать собственный ответ. Практическое задание выполнить не может.

ФОС составил: И.В. Гужова, к. филос.н., доцент кафедры социальных коммуникаций факультет психологии НИ ТГУ

ФОС одобрен на заседании УМК 20 июня 2023 г.

² Оценивание производится в десятибалльной системе, где 1 балл соответствует оценке по пятибалльной системе – неудовлетворительно, 2-4 – удовлетворительно, 5-7 – хорошо, 8-10 – отлично.