

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

Институт искусств и культуры

УТВЕРЖДЕНО:

Директор
Д. В. Галкин

Оценочные материалы по дисциплине

SMM продвижение социокультурных проектов

по направлению подготовки

51.04.04 Музеология и охрана объектов культурного и природного наследия

Направленность (профиль) подготовки:

Социокультурное проектирование в музейной практике

Форма обучения

Очная

Квалификация

Магистр

Год приема

2025

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель ОП
О.С. Хрулева

Председатель УМК

М.В. Давыдов

Томск – 2025

1. Компетенции и индикаторы их достижения, проверяемые данными оценочными материалами

Целью освоения дисциплины является формирование следующих компетенций:

ПК-2 Способен генерировать и реализовывать проекты в рамках основных направлений музейной деятельности.

Результатами освоения дисциплины являются следующие индикаторы достижения компетенций:

ИПК-2.1 Самостоятельно формулирует цели и задачи проектов в рамках основных направлений музейной деятельности

ИПК-2.3 Обеспечивает реализацию проекта

2. Оценочные материалы текущего контроля и критерии оценивания

Элементы текущего контроля:

Элементы текущего контроля:

- тесты;
- контрольная работа;
- реферат.

Пример

Тест (ПК-2):

Тест 1. Среднесрочный проект требует для своей реализации:

- 1) 0,5–1 год
- 2) 1–2 года
- 3) 3–5 лет**
- 4) 10–15 лет

Тест 2. Проекты, которые обладают всеми признаками настоящего проекта, но планируют нововведение, которое на самом деле таковым не является, – это:

- 1) проекты-фикции
- 2) престиж-проекты
- 3) квазипроекты**

Тест 3. Социальное противоречие, требующее организации целенаправленных действий для его устранения или выбора одной из возможных альтернатив социального развития – это:

- 1) социальный заказ
- 2) конструкт
- 3) проект системы
- 4) проблемная ситуация**

Ключи: 1 - 3; 2 – 3; 2 – 4.

Критерии оценивания: тест считается пройденным, если обучающий ответил правильно как минимум на половину вопросов.

Контрольная работа (ИПК-2.1, ИПК-2.3)

Контрольная работа состоит из 2 теоретических вопросов и 1 практического задания.

Примеры теоретических вопросов:

1. Современные модели инновационного проектирования.

2. Наружная реклама как метод продвижения социального проекта.
3. Инновационные методы продвижения социального проекта.
4. Технологии выбора направлений продвижения социального проекта.
5. Общие принципы управления социальным проектом

Примеры практических заданий:

Практическое задание № 1

Выберите существующий социальный проект и проведите анализ направлений его продвижения. Подготовьте предложения по оптимизации и расширению направлений продвижения (с обоснованиями).

Практическое задание № 2

Перечислите в порядке приоритетности профессиональные и личностные требования к качествам руководителя проекта. Объясните свой выбор.

№	Профессиональные качества	Личностные качества
1.		
2.		
3.		

Темы рефератов:

1. Визуальные имиджевые стратегии продвижения социального проекта.
2. Конструирование информационных поводов при продвижении социальных проектов.
3. Мониторинг интернета (поисковые инструменты), мониторинг соцсетей для продвижения социальных проектов.
4. Социальные медиа. Особенности и отличия платформ (VK, Instagram). Особенности видео сегмента в социальных медиа (YouTube).
5. Нативные механизмы платформ и сторонние решения по продвижению. «Блогеры» и «селебритис».

3. Оценочные материалы итогового контроля (промежуточной аттестации) и критерии оценивания

Билет состоит из двух теоретических вопросов, проверяющих овладение компетенциями ПК-2, ИПК-2.1, ИПК-2.3.

Примеры вопросов:

1. Основные характеристики социального проекта.
2. Основные понятия, цели и задачи социального проекта.
3. Объект, предмет, субъект социального проектирования.
5. Принципы и функции социального проектирования.
6. Современные модели инновационного проектирования.
7. Наружная реклама как метод продвижения социального проекта.
8. Инновационные методы продвижения социального проекта.
9. Технологии выбора направлений продвижения социального проекта.

10. Общие принципы управления социальным проектом

Критерии оценивания:

Результаты зачета определяются оценками «зачтено» и «не зачтено». «Зачтено» ставится за структурированный, развернутый, со знанием основ и закономерностей менеджмента и маркетинга в сфере культуры ответ на теоретический вопрос; «не зачтено» – за бессистемный ответ, без знания основ и закономерностей менеджмента и маркетинга в сфере культуры.

4. Оценочные материалы для проверки остаточных знаний (сформированности компетенций)

Оценочные материалы для проверки остаточных знаний могут быть использованы для формирования программы ГИА (программы государственного экзамена), а также экспертом Рособнадзора при проведении проверки диагностической работы по оценке уровня сформированности компетенций обучающихся (при контрольно-надзорной проверке). Вопросы данного раздела показывают вклад дисциплины в образовательный результат образовательной программы. Объем заданий в данном разделе зависит как от количества формируемых индикаторов достижения компетенций, так и от объема дисциплины по учебному плану.

Примеры тестовых заданий:

1) Что является главной целью SWOT-анализа?

Выберите один ответ:

- ☐ А. совершенствование деятельности музея путем устранения слабостей и укрепления сильных его сторон;
- ☐ Б. предотвращение возможных негативных последствий и определение дополнительных возможностей, разработка системы опережающего реагирования.

2) Как называется информационное сообщение для прессы, содержащее в себе новость об организации (возможно и частном лице)?

Выберите один ответ:

- ☐ А. бэк-граунд;
- ☐ Б. пресс-релиз.

Ключи: 1 А); 2 Б).

Критерии оценивания: тест считается пройденным, если обучающий ответил правильно как минимум на половину вопросов.

Информация о разработчиках

Кузоро Кристина Александровна – канд. ист. наук, доцент кафедры культурологии и музеологии Института искусств и культуры Национального исследовательского Томского государственного университета.