

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

Блогинг

по направлению подготовки/специальности

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) подготовки:
«Работа с социальными медиа»

Форма обучения

Очная

Квалификация

Бакалавр

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 «Блогинг», включает в себя набор оценочных материалов для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по настоящей дисциплине.

1. Паспорт оценочных средств

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): «Работа с социальными медиа»

Семестр (семестры) изучения: 7 семестр

Форма (формы) текущего контроля: коллоквиум, доклад, решение кейсов, защита аналитического кейса, тестирование.

Форма проведения промежуточной аттестации: зачет.

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

2. Компетенции, закрепленные за дисциплиной и результаты обучения

Наименование категории (групп) компетенций	Компетенция	Индикатор компетенции	Код и наименование результатов обучения (планируемые результаты обучения, характеризующие этапы формирования компетенций)

<p>Общпрофессиональная компетенция. Эффекты</p>	<p>ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем</p>	<p>ИОПК-1.3. Создает и структурирует контент (текстовый, фото, видео, аудио) с учетом специфики жанровой формы медиатекста и (или) медиапродукта, и (или) коммуникационного продукта, целевой аудитории и канала размещения, соблюдая нормы русского и иностранного языков, особенности иных знаковых систем</p>	<p>РО-ИОПК-1.3.1. Способен создавать контент в блоге(текстовый, фото, видео, аудио) с учетом специфики жанровой формы медиатекста и (или) медиапродукта, и (или) коммуникационного продукта, целевой аудитории и канала размещения РО-ИОПК-1.3.2. Способен структурировать контент в блоге (текстовый, фото, видео, аудио) с учетом специфики жанровой формы медиатекста и (или) медиапродукта, и (или) коммуникационного продукта, целевой аудитории и канала размещения</p>
<p>Общпрофессиональная компетенция. Эффекты</p>	<p>ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</p>	<p>ИОПК-2.3. Владеет навыками анализа, разработки и оценки документов, в том числе медиапланов, медиапродуктов и (или) коммуникационных продуктов</p>	<p>РО-ИОПК-2.3.1. Умеет разрабатывать документы, в том числе медиапланы, медиапродукты и (или) коммуникационных продукты для блогинга. РО-ИОПК-2.3.2. Умеет анализировать и оценивать документы, в том числе медиапланы, медиапродукты и (или) коммуникационных продукты для блогинга</p>

Общепрофессиональная компетенция. Эффекты	ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ИОПК-6.2. Умеет осуществлять профессиональные виды деятельности на социальных платформах и в новых медиа, используя современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	РО-ИОПК-6.2.1. Понимает принципы работы современных информационных технологий и варианты их использовать для решения задач профессиональной деятельности. РО-ИОПК-6.2.2. Умеет осуществлять профессиональные виды деятельности на социальных платформах и в новых медиа с помощью современных ИКТ
Профессиональные компетенции	ПК-2. Владеет коммуникативными, маркетинговыми технологиями, интегрированными маркетинговыми технологиями, технологиями бренд-менеджмента и event-менеджмента.	ИПК-2.3. Демонстрирует способность разрабатывать и осуществлять коммуникационно – маркетинговые кампании и мероприятия в рамках продвижения бренда	РО-ИПК-1.2.1. Способен разрабатывать коммуникационно – маркетинговые кампании и мероприятия в рамках продвижения бренда РО-ИПК-1.2.2. Умеет реализовывать коммуникационно – маркетинговые кампании и мероприятия в рамках продвижения бренда

3. Критерии оценивания результатов обучения

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

1. Допороговый уровень (далее – не зачтено).
2. Послепороговый уровень (далее – зачтено).

Индикатор	Код и наименование результатов
-----------	--------------------------------

компетенции	обучения (планируемые результаты обучения, характеризующие этапы формирования компетенций)	Не зачтено	Зачтено
<p>ИОПК-1.3. Создает и структурирует контент (текстовый, фото, видео, аудио) с учетом специфики жанровой формы медиатекста и (или) медиапродукта, и (или) коммуникационого продукта, целевой аудитории и канала размещения, соблюдая нормы русского и иностранного языков, особенности иных знаковых систем</p>	<p>РО-ИОПК-1.3.1. Способен создавать контент в блоге(текстовый, фото, видео, аудио) с учетом специфики жанровой формы медиатекста и (или) медиапродукта, и (или) коммуникационого продукта, целевой аудитории и канала размещения РО-ИОПК-1.3.2. Способен структурировать контент в блоге (текстовый, фото, видео, аудио) с учетом специфики жанровой формы медиатекста и (или) медиапродукта, и (или) коммуникационого продукта, целевой аудитории и канала размещения</p>	Отсутствие знания, умения	Успешная и систематическая демонстрация знания и умений
<p>ИОПК-2.3. Владеет навыками анализа, разработки и оценки документов, в том числе медиапланов, медиапродукто в и (или) коммуникационных продуктов</p>	<p>РО-ИОПК-2.3.1. Умеет разрабатывать документы, в том числе медиапланы, медиапродукты и (или) коммуникационных продукты для блогинга РО-ИОПК-2.3.2. Умеет анализировать и оценивать документы, в том числе медиапланы, медиапродукты и (или) коммуникационных продукты для блогинга</p>	Отсутствие знания, умения	Успешная и систематическая демонстрация знания и умений
<p>ИОПК-6.2. Умеет</p>	<p>РО-ИОПК-6.2.1. Понимает принципы работы современных</p>	Отсутствие знания,	Успешная и систематическая

<p>осуществлять профессиональные виды деятельности на социальных платформах и в новых медиа, используя современные технические средства и информационные коммуникационные технологии</p>	<p>информационных технологий и варианты их использовать для решения задач профессиональной деятельности.</p> <p>РО-ИОПК-6.2.2. Умеет осуществлять профессиональные виды деятельности на социальных платформах и в новых медиа с помощью современных ИКТ</p>	<p>умения</p>	<p>кая демонстрация знания и умений</p>
<p>ИПК-2.3. Демонстрирует способность разрабатывать и осуществлять коммуникационно – маркетинговые кампании и мероприятия в рамках продвижения бренда</p>	<p>РО-ИПК-1.2.1. Способен разрабатывать коммуникационно – маркетинговые кампании и мероприятия в рамках продвижения бренда</p> <p>РО-ИПК-1.2.2. Умеет реализовывать коммуникационно – маркетинговые кампании и мероприятия в рамках продвижения бренда</p>	<p>Отсутствие знания, умения</p>	<p>Успешная и систематическая демонстрация знания и умений</p>

4. Оценочные средства для проведения текущего контроля

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

№	Контролируемые разделы дисциплины	Код и наименование результатов обучения	Наименование оценочного средства (тесты, задания, кейсы, вопросы и др.)
1	История появления блогов	<p>РО-ИОПК-1.3.1. Способен создавать контент (текстовый, фото, видео, аудио) с учетом специфики жанровой формы медиатекста и (или) медиапродукта, и (или) коммуникационного продукта, целевой аудитории и канала размещения</p> <p>РО-ИОПК-1.3.2. Способен</p>	<p>Критический анализ базовых определений. Формат – презентация</p>

		структурировать контент (текстовый, фото, видео, аудио) с учетом специфики жанровой формы медиатекста и (или) медиапродукта, и (или) коммуникационного продукта, целевой аудитории и канала размещения	
2	Блогинг как способ коммуникативной деятельности	<p>РО-ИОПК-2.3.1. Умеет разрабатывать документы, в том числе медиапланы, медиапродукты и (или) коммуникационных продукты.</p> <p>РО-ИОПК-2.3.2. Умеет анализировать и оценивать документы, в том числе медиапланы, медиапродукты и (или) коммуникационных продукты</p>	Коллоквиум по базовым терминам, тестирование
3	Типы, виды, цели и функции блогов	<p>РО-ИОПК-2.3.1. Умеет разрабатывать документы, в том числе медиапланы, медиапродукты и (или) коммуникационных продукты.</p> <p>РО-ИОПК-2.3.2. Умеет анализировать и оценивать документы, в том числе медиапланы, медиапродукты и (или) коммуникационных продукты</p>	Коллоквиум по современным форматам блогов, анализ кейсов
4.	Создание блога: общая стратегия	<p>РО-ИОПК-6.2.1. Понимает принципы работы современных информационных технологий и варианты их использовать для решения задач профессиональной деятельности.</p> <p>РО-ИОПК-6.2.2. Умеет осуществлять профессиональные виды деятельности на социальных платформах и в новых медиа с помощью современных ИКТ</p>	Коллоквиум по элементам стратегии, анализ кейсов
5.	Продвижение блога	<p>РО-ИПК-1.2.1. Способен разрабатывать коммуникационно – маркетинговые кампании и мероприятия в рамках продвижения бренда</p> <p>РО-ИПК-1.2.2. Умеет реализовывать коммуникационно</p>	Деловая игра, анализ кейсов

		– маркетинговые кампании и мероприятия в рамках продвижения бренда	
6.	Монетизация блога	<p>РО-ИПК-1.2.1. Способен разрабатывать коммуникационно – маркетинговые кампании и мероприятия в рамках продвижения бренда</p> <p>РО-ИПК-1.2.2. Умеет реализовывать коммуникационно – маркетинговые кампании и мероприятия в рамках продвижения бренда</p>	Деловая игра, анализ кейсов
7.	Аналитика и оценка эффективности блога	<p>РО-ИОПК-2.3.1. Умеет разрабатывать документы, в том числе медиапланы, медиапродукты и (или) коммуникационных продукты.</p> <p>РО-ИОПК-2.3.2. Умеет анализировать и оценивать документы, в том числе медиапланы, медиапродукты и (или) коммуникационных продукты</p>	Деловая игра, анализ кейсов
8.	Тенденции и будущее блогинга	<p>РО-ИОПК-6.2.1. Понимает принципы работы современных информационных технологий и варианты их использовать для решения задач профессиональной деятельности.</p> <p>РО-ИОПК-6.2.2. Умеет осуществлять профессиональные виды деятельности на социальных платформах и в новых медиа с помощью современных ИКТ</p>	Коллоквиум по трендам и тенденциям
9.	Итоговая аттестация по дисциплине		Защита итоговой работы/кейса. Формат: презентация с пояснительным текстовым документом (обязательное размещение в электронном учебном курсе по дисциплине в электронном университете «Moodle»)

4.1 Содержание оценочных средств

Используемые оценочные средства: устный опрос, коллоквиум, доклад с презентацией, анализ кейса.

4.1.1 Типовые вопросы для устного опроса, коллоквиума

1. Каково значение истории развития блогов и какие ключевые этапы в ней можно выделить?
2. В чем состоит роль блогинга в современном информационном обществе? 3. Какие виды коммуникации через блоги существуют и как они различаются друг от друга?
4. Какие типы блогов существуют и какие цели они могут преследовать?
5. Какие компоненты включает в себя стратегия создания блога и как они связаны между собой?
6. Какие методы и инструменты можно использовать для продвижения блога?
7. Какие варианты монетизации блога существуют и какие преимущества они могут предоставлять блоггеру?
8. Какие аналитические инструменты позволяют оценивать эффективность блога и какие метрики следует учитывать?
9. Каковы основные тенденции и инновации в блогинге и как они влияют на его развитие?
10. Как блогинг взаимодействует с другими сферами коммуникации и как они друг на друга влияют?
11. Какие имена стали знаковыми фигурами в развитии блогинга и какой вклад они внесли?
12. Как блоггеры взаимодействуют с аудиторией и почему обратная связь важна для успешного блога?
13. Какие особенности характерны для выбранной ниши блога и как они влияют на его потребности целевой аудитории?
14. Каким образом дизайн и интерфейс блога могут повлиять на его эффективность и успех?
15. Какие методы можно использовать для SEO-оптимизации блога и как они помогают повысить его рейтинги в поисковых системах?
16. Какую роль играют гостевые публикации и какие преимущества они могут предоставить блогу?
17. Каким образом блог можно монетизировать и какие возможности предоставляются для получения дохода?
18. Каким образом можно оценить успешность блога и какие метрики могут использоваться для этой цели?
19. Как связаны блогинг и другие сферы массовой коммуникации и как они взаимодействуют друг с другом?
20. Каковы перспективы развития блогинга и как он может измениться в будущем?

4.1.2 Типовые темы докладов для освоения теоретических знаний

1. Роль блогина в процессе создания персонального бренда.
2. Техники и стратегии написания привлекательных заголовков для блога.
3. Влияние социальных медиа на популярность и развитие блога.
4. Возможности использования визуального контента в блогинге: фото, видео, инфографика.
5. Техники исследования тем и трендов для разработки контента в блоге.
6. Важность и методы удержания читателей и подписчиков блога.
7. Влияние SEO-оптимизации на поисковую видимость блога.

8. Методы сотрудничества с брендами и создания партнерских отношений.
9. Эффективные стратегии продвижения блога через электронную почту.
10. Блоггинг как инструмент продвижения личного бренда в карьере.
11. Использование storytelling-техник для создания эмоционально привлекательного контента в блоге.
12. Роль блогов в формировании мнения и воздействии на общественное мнение.
13. Создание продающего контента: методы и стратегии в контексте блоггинга.
14. Роль блогера-эксперта в сфере своей ниши и методы демонстрации экспертизы.
15. Методы и инструменты оценки и аналитики эффективности блога.
16. Взаимодействие с аудиторией через комментарии: лучшие практики и стратегии.
17. Методы монетизации блога: подходы и возможности получения дохода.
18. Создание уникального стиля и голоса блога для установления индивидуальности.
19. Особенности блоггинга в разных сферах: мода, кулинария, путешествия, технологии и др.
20. Тенденции и инновации в сфере блоггинга: искусственный интеллект, видеоблоги, подкасты и другие новые форматы.

4.1.4 Типовые кейс-задания

1) Исследование и анализ популярного модного блога.

Цель: Познакомить студентов с основами анализа блогов и оценкой их популярности, а также развить навыки критического мышления и комментирования.

Задание:

1. Изучить несколько популярных модных блогов и выбрать один для анализа.
2. Проанализировать структуру блога: его оформление, разделение на категории, наличие и удобство навигации и проч.
3. Оценить содержание блога: качество и интересность статей, регулярность публикаций, наличие взаимодействия с читателями и так далее.
4. Изучить аудиторию блога: кто является основной целевой аудиторией, откуда приходит большая часть трафика, как блог взаимодействует с читателями (комментарии, подписки, социальные сети и т.д.).
5. Составить свой комментарий о блоге, в котором необходимо изложить свою оценку его популярности и основания для этой оценки. Также студенты должны предложить свои рекомендации по улучшению блога.

2) Создание блога на выбранную тематику.

Цель: Познакомить студентов с процессом создания и ведения собственного блога, а также развить навыки публикации и продвижения в сети.

Задание:

1. Выбрать тему для своего блога на основе интересов и актуальности.
2. Определить целевую аудиторию блога и разработать своеобразный "персонаж" блогера, который будет отражать стиль и уникальность.
3. Создать блог: выбрать платформу (например, WordPress или Blogger), выбрать дизайн и расположение элементов, создать необходимые разделы.
4. Написать несколько статей на выбранную тему и опубликовать их на блоге.
5. Продвинуть блог: использовать социальные сети для привлечения аудитории, сотрудничать с другими блогерами, комментировать и оставлять ссылки на свои статьи в других активных сообществах.
6. Оценить эффективность продвижения и взаимодействия с читателями, сделать выводы и предложить рекомендации по дальнейшему развитию блога.

3) Исследование влияния блогеров на формирование общественного мнения.

Цель: Познакомить студентов с основами исследования влияния блогов на

общественное мнение, а также развить навыки анализа и критического мышления.

Задание:

1. Выбрать несколько известных блогеров из разных сфер (моды, спорта, бизнеса и т.д.).
2. Изучить содержание и стилевые особенности блогов каждого выбранного блогера, а также уровень их популярности.
3. Проанализировать аудиторию блогеров: какую целевую аудиторию они привлекают, какие сообщества они создают или поддерживают.
4. Исследовать влияние блогеров на общественное мнение: какие темы и проблемы они акцентируют в своих постах, какие точки зрения они выражают, каких идей они придерживаются.
5. Составить аналитический отчет, в котором студенты должны оценить влияние выбранных блогеров на общественное мнение, а также дать рекомендации, какие изменения и улучшения блогеры могли бы внести в свою деятельность для более эффективного воздействия.

5. Критерии оценивания результатов текущей аттестации

Виды текущего контроля	Допороговый уровень	Послепороговый уровень
Контактная работа: <ul style="list-style-type: none">• Устный опрос, коллоквиум• Деловая игра, анализ кейсов• Выступление с сообщением по теме.	0-2,9 баллов (не зачтено)	3,0-5 баллов (зачтено)
Задание для самостоятельной работы: <ul style="list-style-type: none">• Анализ кейсов	0-2,9 баллов (не зачтено)	3,0-5 баллов (зачтено)

5.1 Критерии оценивания устного опроса, работы на коллоквиуме, участие в деловой игре, анализа кейсов, разработке презентации на основе критического анализа литературы или иных источников информации:

Оценка «зачтено» 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, правильно обосновывает принятые решения, делает собственные выводы.

Оценка «не зачтено» выставляется обучающемуся, который не усвоил значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, не умеет аргументировать собственный ответ.

6. Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

6.1 Порядок проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета.

Зачет в седьмом семестре проводится в устной форме, в виде защиты итоговой работы/кейса. Продолжительность зачета 1,5 часа.

Результаты текущего контроля влияют на итоговую оценку. Набранные баллы (за семестр) суммируются и выводятся средняя арифметическая. Студенты, получившие

средний балл менее 3.0, сдают зачет по вопросам, не имея возможности сдать зачет с помощью защиты итоговой работы/кейса*.

6.2 Типовые экзаменационные задания/кейсы/вопросы

6.2.1. Требования к итоговой работе/кейсу:

Итоговая работа выполняется на примере создания персонального блога или продвижения блога конкретной организации/компании, давшей свое согласие на взаимодействие со студентами в рамках обучения по данной дисциплине. Работа выполняется по этапам, все пункты являются обязательными к исполнению. Итоговая работа должна быть представлена в формате презентации с пояснительным текстовым документом и размещена в соответствующую папку с заданием в электронном учебном курсе по дисциплине в электронном университете «Moodle» - <https://moodle.tsu.ru/>

Задание для выполнения итоговой работы по дисциплине: Кейс по разработке и развитию успешного блога.

Цель исследования: разработка стратегии создания, продвижения и монетизации своего блога в выбранной нише.

Описание задания:

1. Описание выбранной ниши и целевой аудитории.
2. Описание стратегии создания блога, включая платформу, контент-стратегию и планирование публикаций, а также дизайн и интерфейс блога.
3. Презентация стратегии продвижения блога, включая использование различных методов и инструментов.
4. Описание стратегии монетизации блога, включая возможности размещения рекламы, продажи продуктов или услуг и др.
5. Анализ и оценка эффективности блога на основе собранных данных и использования аналитических инструментов.
6. Выводы и рекомендации по дальнейшему развитию блога.

Студенты должны представить свои презентации или записать видео-презентацию, в которой они детально расскажут о своем блоге и выполненной работе.

6.2.2. Примерные вопросы к зачету*

Вопросы к зачету (*для студентов, набравших менее 3.0 баллов (средн. арифм.) за выполнение заданий на парах):

1. Как развивалась блогосфера и какие вехи в истории блогов можно выделить?
2. Какая роль блогинга играет в современном информационном обществе? 3. Какие виды коммуникации через блоги существуют и в чем их особенности?
4. Какие типы блогов существуют и какие цели они преследуют?
5. Какие компоненты составляют общую стратегию для создания блога?
6. Как осуществляется продвижение блога и какие методы и инструменты можно использовать?
7. Как можно монетизировать свой блог и какие возможности для получения дохода существуют?
8. Какие аналитические инструменты помогают оценить эффективность блога и какие метрики следует использовать?
9. Какие тенденции и новации можно заметить в современном блогинге?
10. Как блогинг взаимодействует с другими сферами коммуникации и какие изменения он вносит в массовые коммуникации?
11. Какой прогноз о будущем развитии блогинга можно сделать и какую роль он сыграет в современном мире медиатехнологий?
12. Какие знаковые фигуры внесли существенный вклад в развитие блогинга?

13. Какие особенности взаимодействия блоггеров с аудиторией и какие инструменты обратной связи они используют?
14. Какие основные характеристики и потребности целевой аудитории могут возникать у блога в определенной нише?
15. Какая роль дизайна и интерфейса блога влияет на его эффективность и привлекательность для аудитории?
16. Какие методы можно использовать для SEO-оптимизации блога и повышения его позиций в поисковых системах?
17. Какие возможности предоставляются для гостевых публикаций и какие выгоды они могут принести блогу?
18. Какие основные подходы и инструменты монетизации блога для получения дохода от его популярности?
19. Какие основные метрики помогают оценить успешность блога и его достижения в развитии?
20. Как роль блогов и их влияние связаны с другими сферами массовой коммуникации, такими как журналистика, социальные медиа и др.?

6.3 Критерии оценивания результатов промежуточной аттестации

Вид промежуточной аттестации	Допороговый уровень	Послепороговый уровень
Устная защита итоговой работы/кейса	не зачтено	зачтено
Ответы на вопросы к зачету*	не зачтено	зачтено

6.4 Критерии оценки защиты итоговой работы/ответов на вопросы к зачету.

Результаты зачета определяются оценками «зачтено» / «не зачтено».

Критерии оценки устной защиты итоговой работы/кейса:

Оценка «зачтено» 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 монографической литературой, правильно обосновывает принятые решения, делает собственные выводы.

Кейс проанализирован полно и детально, представлены собственные аналитические выкладки, аргументы, рекомендации. Визуализация материала соотносится с основным содержанием и позитивно влияет на восприятие информации. В работе присутствуют собственные выводы, рекомендации и предложения.

Оценка «не зачтено» выставляется обучающемуся, который не усвоил значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, не умеет аргументировать собственный ответ.

Кейс проанализирован очень поверхностно, нет аналитические выводов, собственных аргументов и рекомендаций. Отсутствует визуализация материала. В работе полностью отсутствуют собственные выводы, рекомендации и предложения.

ФОС составил(и):

Глухов А.П., доцент кафедры социальных коммуникаций факультета психологии НИ ТГУ

ФОС одобрен на заседании УМК

Протокол от 20.06.2023