

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

Менеджмент профессиональной траектории

по направлению подготовки

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 «Менеджмент профессиональной траектории», 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 (семестры) изучения: 2 семестр

Форма (формы) текущего контроля: решение кейсов, защита проекта.

Форма проведения промежуточной аттестации: зачет.

Оценивание результатов учебной деятельности обучающихся при изучении дисциплины осуществляется по 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)
Универсальная компетенция.	УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки.	ИУК 6.1 Определяет приоритеты своей деятельности и разрабатывает стратегию личностного и профессионального развития на основе соотнесения собственных целей и возможностей с развитием избранной сферы профессиональной деятельности.	РО-ИУК 6.1 Обучающийся выделяет приоритеты своей деятельности и может разработать стратегию профессионального развития в рамках мероприятий по формированию репутации, имиджа, бренда базисного субъекта как одного из направлений профессиональной деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью.
		ИУК 6.2. Реализует и корректирует стратегию личностного и профессионального развития на основе самооценки.	РО-ИУК 6.2 Обучающийся формулирует стратегию личностного и профессионального развития на основе самооценки в результате работы по формированию имиджа, бренда, репутации базисного субъекта.

Общепрофессиональная компетенция	ОПК-1. Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем.	ИОПК-1.1. Формулирует целевые параметры медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов, в том числе на иностранном языке	РО-ИОПК 1.1 Обучающийся умеет формулировать целевые параметры рекламных, PR-текстов и иных коммуникационных продуктов, в том числе на иностранном языке, в контексте управления имиджами и брендами.
		ИОПК-1.2. Осуществляет поиск и анализ информации для создания коммуникационных продуктов, в т.ч. на иностранном языке.	РО-ИОПК 1.2 Обучающийся способен осуществлять поиск и анализ информации для создания коммуникационных продуктов, включая рекламные и PR-тексты, в т.ч. на иностранном языке, в контексте управления имиджами и брендами.
		ИОПК-1.3. Структурирует, корректирует, редактирует и создает контент (текстовый, фото, видео, аудио) бренда, в т.ч. на иностранном языке.	РО-ИОПК 1.3 Обучающийся умеет структурировать, корректировать, редактировать и создавать рекламный и PR- контент (текстовый, фото, видео, аудио) для имиджа / бренда, в т.ч. на иностранном языке.
Профессиональная компетенция	ПК-2. Способен к разработке коммуникационной стратегии.	ИПК 2.1 Умеет анализировать коммуникационную среду, прогнозировать общественное мнение для реализации эффективной стратегии коммуникации бренда (в т.ч. в целях контроля качества коммуникационной деятельности)	РО-ИПК 2.1 Обучающийся умеет анализировать коммуникационную среду, прогнозировать общественное мнение для реализации эффективной стратегии коммуникации бренда

		ИПК 2.2 Способен к разработке концепции сетевого коммуникационного ресурса: сайта, аккаунта в соцсетях, электронной рассылки (в т.ч. в формате учебно-методического обеспечения реализации учебных курсов).	РО-ИПК 2.2 Обучающийся имеет опыт разработки концепции сетевого коммуникационного ресурса: сайта, аккаунта в соцсетях, электронной рассылки
		ИПК 2.3 Умеет выстраивать стратегию коммуникации с профессиональными сообществами, экспертами, аналитиками, конкурентами, партнерами, СМИ и другими стейкхолдерами, представляющими инфраструктуру рынка (в т.ч. в целях преподавания, организации научно-исследовательской, проектной, учебно-профессиональной деятельности)	РО-ИПК 2.3 Обучающийся умеет выстраивать стратегию коммуникации с профессиональными сообществами, экспертами, аналитиками, конкурентами, партнерами, СМИ и другими стейкхолдерами – целевыми аудиториями цифрового имиджа, представляющими инфраструктуру рынка.
	ПК-6. Способен к управлению проектами в сфере социальных коммуникаций.	ИПК 6.1 Разрабатывает концепцию проекта художественного и визуального формата с описанием всех элементов: проблема, цель, задачи, стейкхолдеры, продукт, ресурсы, риски и пр.	РО-ИПК 6.1 Обучающийся имеет опыт разработки концепции проекта по формированию имиджа / бренда с помощью сайта, аккаунта в соцсетях, блога, мобильного приложения, рассылки.
		ИПК 6.2 Создает инфраструктуру для коммуникаций между заказчиками, исполнителями, стейкхолдерами проекта (в т.ч. планирует хозяйственную деятельность)	РО-ИПК 6.2 Обучающийся умеет планировать коммуникационную инфраструктуру для успешной реализации проекта.

		ИПК 6.3 Владет методами оценки эффективности коммуникационных проектов, достижения высокого качества медиапродуктов.	РО-ИПК 6.3 Обучающийся владеет методами оценки эффективности коммуникационных проектов, достижения высокого качества медиапродуктов, создаваемых в процессе формирования цифрового имиджа / 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. Пороговый уровень (далее - зачтено)
3. Базовый уровень (далее – зачтено)
4. Продвинутый уровень (далее – зачтено)

Индикатор компетенции	Код и наименование результатов обучения (планируемые результаты обучения, характеризующие этапы формирования компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения			
		Не зачтено	Зачтено		
ИУК 6.1 Определяет приоритеты своей деятельности и разрабатывает стратегию личностного и профессионального развития на основе соотнесения собственных целей и возможностей с развитием избранной сферы профессиональной деятельности.	РО-ИУК 6.1 Обучающийся выделяет приоритеты своей деятельности и может разработать стратегию профессионального развития в рамках мероприятий по формированию репутации, имиджа, бренда базисного субъекта как одного из направлений профессиональной деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью.	Отсутствие знания, умения	Идентификация знания, умения	В целом успешная, но сопровождающаяся отдельными ошибками демонстрация знания и умения	Успешная и систематическая демонстрация знания и умения
ИУК 6.2. Реализует и корректирует стратегию личностного и профессионального развития на основе самооценки.	РО-ИУК 6.2 Обучающийся формулирует стратегию личностного и профессионального развития на основе самооценки в результате работы по формированию имиджа, бренда, репутации базисного субъекта.	Отсутствие знания, умения	Идентификация знания, умения	В целом успешная, но сопровождающаяся отдельными ошибками	Успешная и систематическая демонстрация знания и умения

				демонстрация знания и умений	
ИОПК-1.1. Формулирует целевые параметры медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов, в том числе на иностранном языке	РО-ИОПК 1.1 Обучающийся умеет формулировать целевые параметры рекламных, PR-текстов и иных коммуникационных продуктов, в том числе на иностранном языке, в контексте управления имиджами и брендами.	Отсутствие знания, умения	Идентификация знания, умения	В целом успешная, но сопровождающаяся отдельными ошибками демонстрация знания и умений	Успешная и систематическая демонстрация знания и умений
ИОПК-1.2. Осуществляет поиск и анализ информации для создания коммуникационных продуктов, в т.ч. на иностранном языке.	РО-ИОПК 1.2 Обучающийся способен осуществлять поиск и анализ информации для создания коммуникационных продуктов, включая рекламные и PR-тексты, в т.ч. на иностранном языке, в контексте управления имиджами и брендами.	Отсутствие знания, умения	Идентификация знания, умения	В целом успешная, но сопровождающаяся отдельными ошибками демонстрация знания и умений	Успешная и систематическая демонстрация знания и умений
ИОПК-1.3. Структурирует, корректирует, редактирует и создает контент (текстовый, фото, видео, аудио) бренда, в т.ч. на иностранном языке.	РО-ИОПК 1.3 Обучающийся умеет структурировать, корректировать, редактировать и создавать рекламный и PR- контент (текстовый, фото, видео, аудио) для имиджа / бренда, в т.ч. на иностранном языке.	Отсутствие знания, умения	Идентификация знания, умения	В целом успешная, но сопровождающаяся отдельными ошибками демонстрация знания и умений	Успешная и систематическая демонстрация знания и умений

<p>ИПК 2.1 Умеет анализировать коммуникационную среду, прогнозировать общественное мнение для реализации эффективной стратегии коммуникации бренда (в т.ч. в целях контроля качества коммуникационной деятельности)</p>	<p>РО-ИПК 2.1 Обучающийся умеет анализировать коммуникационную среду, прогнозировать общественное мнение для реализации эффективной стратегии коммуникации бренда</p>	<p>Отсутствие знания, умения</p>	<p>Идентификация знания, умения</p>	<p>В целом успешная, но сопровождающаяся отдельными ошибками демонстрация знания и умения</p>	<p>Успешная и систематическая демонстрация знания и умения</p>
<p>ИПК 2.2 Способен к разработке концепции сетевого коммуникационного ресурса: сайта, аккаунта в соцсетях, электронной рассылки (в т.ч. в формате учебно-методического обеспечения реализации учебных курсов).</p>	<p>РО-ИПК 2.2 Обучающийся имеет опыт разработки концепции сетевого коммуникационного ресурса: сайта, аккаунта в соцсетях, электронной рассылки</p>	<p>Отсутствие знания, умения</p>	<p>Идентификация знания, умения</p>	<p>В целом успешная, но сопровождающаяся отдельными ошибками демонстрация знания и умения</p>	<p>Успешная и систематическая демонстрация знания и умения</p>
<p>ИПК 2.3 Умеет выстраивать стратегию коммуникации с профессиональными сообществами, экспертами, аналитиками, конкурентами, партнерами, СМИ и другими стейкхолдерами, представляющими инфраструктуру рынка (в т.ч. в целях преподавания, организации научно-исследовательской, проектной,</p>	<p>РО-ИПК 2.3 Обучающийся умеет выстраивать стратегию коммуникации с профессиональными сообществами, экспертами, аналитиками, конкурентами, партнерами, СМИ и другими стейкхолдерами – целевыми аудиториями цифрового имиджа, представляющими инфраструктуру рынка.</p>	<p>Отсутствие знания, умения</p>	<p>Идентификация знания, умения</p>	<p>В целом успешная, но сопровождающаяся отдельными ошибками демонстрация знания и умения</p>	<p>Успешная и систематическая демонстрация знания и умения</p>

учебно-профессиональной) деятельности)					
ИПК 6.1 Разрабатывает концепцию проекта художественного и визуального формата с описанием всех элементов: проблема, цель, задачи, стейкхолдеры, продукт, ресурсы, риски и пр.	РО-ИПК 6.1 Обучающийся имеет опыт разработки концепции проекта по формированию имиджа / бренда с помощью сайта, аккаунта в соцсетях, блога, мобильного приложения, рассылки.	Отсутствие знания, умения	Идентификация знания, умения	В целом успешная, но сопровождающаяся отдельными ошибками демонстрация знания и умения	Успешная и систематическая демонстрация знания и умения
ИПК 6.2 Создает инфраструктуру для коммуникаций между заказчиками, исполнителями, стейкхолдерами проекта (в т.ч. планирует хозяйственную деятельность)	РО-ИПК 6.2 Обучающийся умеет планировать коммуникационную инфраструктуру для успешной реализации проекта.	Отсутствие знания, умения	Идентификация знания, умения	В целом успешная, но сопровождающаяся отдельными ошибками демонстрация знания и умения	Успешная и систематическая демонстрация знания и умения
ИПК 6.3 Владеет методами оценки эффективности коммуникационных проектов, достижения высокого качества медиапродуктов.	РО-ИПК 6.3 Обучающийся владеет методами оценки эффективности коммуникационных проектов, достижения высокого качества медиапродуктов, создаваемых в процессе формирования цифрового имиджа / бренда.	Отсутствие знания, умения	Идентификация знания, умения	В целом успешная, но сопровождающаяся отдельными ошибками демонстрация знания и умения	Успешная и систематическая демонстрация знания и умения

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.)
	https://stepik.org/course/114049/promo	<p>РО-ИУК 6.1 Обучающийся выделяет приоритеты своей деятельности и может разработать стратегию профессионального развития в рамках мероприятий по формированию репутации, имиджа, бренда базисного субъекта как одного из направлений профессиональной деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью.</p> <p>РО-ИУК 6.2 Обучающийся формулирует стратегию личностного и профессионального развития на основе самооценки в результате работы по формированию имиджа, бренда, репутации базисного субъекта.</p>	https://stepik.org/course/114049/promo
		<p>РО-ИОПК 1.1 Обучающийся умеет формулировать целевые параметры рекламных, PR-текстов и иных коммуникационных продуктов, в том числе на иностранном языке, в контексте управления имиджами и брендами.</p> <p>РО-ИОПК 1.2 Обучающийся способен осуществлять поиск и анализ информации для создания коммуникационных продуктов, включая рекламные и PR-тексты, в т.ч. на иностранном языке, в контексте управления имиджами и брендами.</p> <p>РО-ИОПК 1.3 Обучающийся умеет структурировать, корректировать, редактировать и создавать рекламный и PR- контент</p>	

		<p>(текстовый, фото, видео, аудио) для имиджа / бренда, в т.ч. на иностранном языке.</p> <p>РО-ИПК 2.1 Обучающийся умеет анализировать коммуникационную среду, прогнозировать общественное мнение для реализации эффективной стратегии коммуникации бренда</p> <p>РО-ИПК 2.2 Обучающийся имеет опыт разработки концепции сетевого коммуникационного ресурса: сайта, аккаунта в соцсетях, электронной рассылки</p> <p>РО-ИПК 2.3 Обучающийся умеет выстраивать стратегию коммуникации с профессиональными сообществами, экспертами, аналитиками, конкурентами, партнерами, СМИ и другими стейкхолдерами – целевыми аудиториями цифрового имиджа, представляющими инфраструктуру рынка.</p> <p>РО-ИПК 6.1 Обучающийся имеет опыт разработки концепции проекта по формированию имиджа / бренда с помощью сайта, аккаунта в соцсетях, блога, мобильного приложения, рассылки.</p> <p>РО-ИПК 6.2 Обучающийся умеет планировать коммуникационную инфраструктуру для успешной реализации проекта.</p> <p>РО-ИПК 6.3 Обучающийся владеет методами оценки эффективности коммуникационных проектов, достижения высокого качества медиапродуктов, создаваемых в процессе формирования цифрового имиджа / бренда.</p>	
--	--	---	--

4.1 Содержание оценочных средств

<https://stepik.org/course/114049/promo>

5. Критерии оценивания результатов текущей аттестации

Виды текущего контроля	Допороговый уровень	Пороговый уровень	Базовый уровень	Продвинутый уровень
Контактная работа: <ul style="list-style-type: none">устный опросзащита проекта	0 – 0,9 баллов (не зачтено)		1 балл (зачтено)	
Задание для самостоятельной работы: <ul style="list-style-type: none">решение кейсов	0 – 0,9 баллов (не зачтено)		1 балл (зачтено)	

5.1 Критерии оценивания устного опроса и заданий для самостоятельной работы.

Отметка «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;

- 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;

- 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 практических заданий;

Отметка «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 во втором семестре проводится в устной форме по выполненным заданиям + по итогам прохождения курса <https://stepik.org/course/114049/promo>. Студент должен продемонстрировать знание теоретического материала по курсу, который он использовал при выполнении конкретного задания (весь теоретический материал к каждому заданию размещен в MOODLE). Продолжительность зачета 1,5 часа.

Результаты зачета определяются отметками «зачтено», «не зачтено».

Все выполненные задания текущего контроля влияют на промежуточную аттестацию. «Зачтено» ставится, если студент выполнил задания, способен объяснить механизм его выполнения и обосновать, какими теоретическими материалами он пользовался при выполнении задания.

6.2 Критерии оценивания результатов промежуточной аттестации

Вид промежуточной аттестации	Допороговый уровень	Пороговый уровень	Базовый уровень	Продвинутый уровень
Устная защита итоговой работы/кейса	Не зачтено		Зачтено	

Ответы на вопросы по заданию	Не зачтено	Зачтено
------------------------------	------------	---------

6.4 Критерии оценки защиты итоговой работы.

Результаты зачета с оценкой определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Критерии оценки устной защиты итоговой работы

Отметка «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; процесс выполнения задания проанализирован полно и детально, представлены собственные аналитические выкладки, аргументы, рекомендации; в работе присутствуют собственные выводы, рекомендации и предложения;

- 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; процесс выполнения задания проанализирован на достаточно хорошем уровне, но требует уточнения по некоторым пунктам; представлены собственные аналитические выкладки, аргументы, рекомендации, но изложенные недостаточно полно; в работе частично присутствуют собственные выводы, рекомендации и предложения, но есть вопросы по некоторым пунктам аналитической работы;

- 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 практических заданий; процесс выполнения задания проанализирован частично, очень кратко представлены собственные аналитические выкладки, аргументы, рекомендации; в работе лишь частично присутствуют собственные выводы, нет аргументированных рекомендаций и предложений.

Отметка «не зачтено» выставляется обучающемуся, который не усвоил значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, не умеет аргументировать собственный ответ; процесс выполнения задания проанализирован очень поверхностно, нет аналитические выводов, собственных аргументов и рекомендаций; в работе полностью отсутствуют собственные выводы, рекомендации и предложения.

ФОС составил(и):

Курс на образовательной платформе «Stepik» <https://stepik.org/course/114049/promo>
(В. Н. Петрова, д-р психологических наук, доцент, ФП НИ ТГУ)

ФОС одобрен на заседании УМК 20 июня 2023 г.