

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

**«Ловцы человек» или социальные сети в медиа,
бизнесе, рекрутинге и образовании**

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 ««Ловцы человек» или социальные сети в медиа, бизнесе, рекрутинге и образовании», 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: 3 семестр.

Форма (формы) текущего контроля: промежуточное внутрисеместровое и итоговое тестирование.

Форма проведения промежуточной аттестации: зачет.

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)
Общепрофессиональная компетенция. Эффекты	ОПК-6. Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ИОПК 6.1. Владеет современными интернет-технологиями PR-деятельности.	РО-ИОПК-6.1.1. Изучил приемы овладения современными интернет-технологиями PR-деятельности РО-ИОПК-6.1.2. Овладел современными интернет-технологиями PR-деятельности

		<p>ИОПК 6.2. Применяет методы аналитической работы с большими объемами информации (в т.ч. big data).</p>	<p>РО-ИОПК-6.2.1. Изучил методы аналитической работы с большими объемами информации (в т.ч. big data).</p> <p>РО-ИОПК-6.2.2. Умеет применять методы аналитической работы с большими объемами информации</p>
		<p>ИОПК 6.3. Умеет использовать современное цифровое оборудование в PR-деятельности.</p>	<p>РО-ИОПК-6.3.1. Знает основные направления использования современного цифрового оборудования в PR-деятельности</p> <p>РО-ИОПК-6.3.2. Овладел навыками использования современного цифрового оборудования в PR-деятельности</p>
<p>Профессиональная компетенция</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-ИПК-5.1.1. Овладел разными способами поиска информации, ввода и обработки цифровых данных с помощью текстовых, графических, видео и фоторедакторов</p> <p>РО-ИПК-5.1.2. Овладел навыками форматирования разного типа контента, работы с базами данных; поддержки процессов - модернизации и продвижения сайта</p>

		<p>ИПК 5.2. Создает и редактирует информационные, PR и рекламные материалы для печатных и электронных информационных ресурсов.</p>	<p>РО-ИПК-5.2.1. Умеет создавать информационные, PR и рекламные материалы для печатных и электронных информационных ресурсов</p> <p>РО-ИПК-5.2.2. Способен редактировать информационные, PR и рекламные материалы для печатных и электронных информационных ресурсов</p>
		<p>ИПК 5.3. 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.</p>	<p>РО-ИПК-5.3.1. Умеет публиковать и редактировать контент (в т.ч. на сайте и в социальных сетях) в соответствии с информационными потребностями</p> <p>РО-ИПК-5.3.2. Способен осуществлять комьюнити-менеджмент (в т.ч. на сайте и в социальных сетях)</p>

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 компетенции	Код и наименование результатов обучения (планируемые результаты обучения,	Критерии оценивания результатов обучения
-----------------------	---	--

	характеризующие этапы формирования компетенций)	Не зачтено	Зачтено
ИОПК 6.1. Владеет современными интернет-технологиями PR-деятельности	РО-ИОПК-6.1.1. Изучил приемы овладения современными интернет-технологиями PR-деятельности РО-ИОПК-6.1.2. Овладел современными интернет-технологиями PR-деятельности	Отсутствие знания, умения	Успешная и систематическая демонстрация знания и умений
ИОПК 6.2. Применяет методы аналитической работы с большими объемами информации (в т.ч. big data)	РО-ИОПК-6.2.1. Изучил методы аналитической работы с большими объемами информации (в т.ч. big data). РО-ИОПК-6.2.2. Умеет применять методы аналитической работы с большими объемами информации	Отсутствие знания, умения	Успешная и систематическая демонстрация знания и умений
ИОПК 6.3. Умеет использовать современное цифровое оборудование в PR-деятельности.	РО-ИОПК-6.3.1. Знает основные направления использования современного цифрового оборудования в PR-деятельности РО-ИОПК-6.3.2. Овладел навыками использования современного цифрового оборудования в PR-деятельности	Отсутствие знания, умения	Успешная и систематическая демонстрация знания и умений
ИПК-5.1. Владеет разными способами поиска информации, ввода и обработки цифровых данных с помощью текстовых, графических, видео и фоторедакторов в, обладает навыками форматирования	РО-ИПК-5.1.1. Овладел разными способами поиска информации, ввода и обработки цифровых данных с помощью текстовых, графических, видео и фоторедакторов РО-ИПК-5.1.2. Овладел навыками форматирования разного типа контента, работы с базами данных; поддержки процессов - модернизации и продвижения сайта	Отсутствие знания, умения	Успешная и систематическая демонстрация знания и умений

я разного типа контента, работы с базами данных; поддерживает процессы - модернизации и продвижения сайта.			
ИПК 5.2. Создает и редактирует информационные, PR и рекламные материалы для печатных и электронных информационных ресурсов	<p>РО-ИПК-5.2.1. Умеет создавать информационные, PR и рекламные материалы для печатных и электронных информационных ресурсов</p> <p>РО-ИПК-5.2.2. Способен редактировать информационные, PR и рекламные материалы для печатных и электронных информационных ресурсов</p>	Отсутствие знания, умения	Успешная и систематическая демонстрация знания и умений
ИПК 5.3. 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	<p>РО-ИПК-5.3.1. Умеет публиковать и редактировать контент (в т.ч. на сайте и в социальных сетях) в соответствии с информационными потребностями</p> <p>РО-ИПК-5.3.2. Способен осуществлять комьюнити-менеджмент (в т.ч. на сайте и в социальных сетях)</p>	Отсутствие знания, умения	Успешная и систематическая демонстрация знания и умений

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	Техноэволюция социальных	РО-ИОПК-6.1.1. Изучил приемы овладения	Внутрисеместровое онлайн-тестирование по

	платформ: от «электронных шкафов» (мэйнфреймов) к коллективному разуму социальных медиа	современными интернет-технологиями PR-деятельности РО-ИОПК-6.1.2. Овладел современными интернет-технологиями PR-деятельности	темам модуля
2	Web 2.0. Новые пользователи и новые виртуальные активности	РО-ИОПК-6.2.1. Изучил методы аналитической работы с большими объемами информации (в т.ч. big data). РО-ИОПК-6.2.2. Умеет применять методы аналитической работы с большими объемами информации	Внутрисеместровое онлайн-тестирование по темам модуля
3	Виртуальная самопрезентация и сетевой этикет (нетикет)	РО-ИПК-5.2.1. Умеет создавать информационные, PR и рекламные материалы для печатных и электронных информационных ресурсов РО-ИПК-5.2.2. Способен редактировать информационные, PR и рекламные материалы для печатных и электронных информационных ресурсов	Внутрисеместровое онлайн-тестирование по темам модуля
4.	Типология социальных платформ и особенности организации коммуникаций	РО-ИОПК-6.3.1. Знает основные направления использования современного цифрового оборудования в PR-деятельности РО-ИОПК-6.3.2. Овладел навыками использования современного цифрового оборудование в PR-деятельности	Внутрисеместровое онлайн-тестирование по темам модуля
5.	Блогинг как новый инструмент репутационного менеджмента	РО-ИПК-5.2.1. Умеет создавать информационные, PR и рекламные материалы для печатных и электронных информационных ресурсов РО-ИПК-5.2.2. Способен редактировать информационные, PR и рекламные материалы для печатных и электронных информационных ресурсов	Внутрисеместровое онлайн-тестирование по темам модуля
6.	Принципы и формы организации SMM (Social Media Marketing) и	РО-ИПК-5.3.1. Умеет публиковать и редактировать контент (в т.ч. на сайте и в социальных сетях) в	Внутрисеместровое онлайн-тестирование по темам модуля

	рекламы	соответствии с информационными потребностями РО-ИПК-5.3.2. Способен осуществлять комьюнити-менеджмент (в т.ч. на сайте и в социальных сетях)	
7.	Организация специальных событий через социальные сети	РО-ИПК-5.3.1. Умеет публиковать и редактировать контент (в т.ч. на сайте и в социальных сетях) в соответствии с информационными потребностями РО-ИПК-5.3.2. Способен осуществлять комьюнити-менеджмент (в т.ч. на сайте и в социальных сетях)	Внутрисеместровое онлайн-тестирование по темам модуля
8.	Бизнес-сети, хедхантинг и поиск работы в социальных сетях	РО-ИПК-5.1.1. Овладел разными способами поиска информации, ввода и обработки цифровых данных с помощью текстовых, графических, видео и фоторедакторов РО-ИПК-5.1.2. Овладел навыками форматирования разного типа контента, работы с базами данных; поддержки процессов - модернизации и продвижения сайта	Внутрисеместровое онлайн-тестирование по темам модуля
9.	Социальные сервисы электронного образования	РО-ИПК-5.1.1. Овладел разными способами поиска информации, ввода и обработки цифровых данных с помощью текстовых, графических, видео и фоторедакторов РО-ИПК-5.1.2. Овладел навыками форматирования разного типа контента, работы с базами данных; поддержки процессов - модернизации и продвижения сайта	Внутрисеместровое онлайн-тестирование по темам модуля
10.	Итоговая аттестация по дисциплине		Итоговое онлайн-тестирование по всем темам курса

4.1 Содержание оценочных средств

Используемые оценочные средства: тестовые задания

4.1.4 Типовые тестовые задания

1. Ознакомиться с материалами лекций к данному модулю (электронный университет МОСК (ТГУ) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://moodle.tsu.ru/course/view.php?id=33589> - курс «Ловцы человеков» или социальные сети в медиа, бизнесе, рекрутинге и образовании).
2. Подготовиться к электронному тестированию и пройти тестирование по материалам модуля.

По разделу №4. Типология социальных платформ и особенности организации коммуникаций.

- 4.1. Коллективные и персональные блоги и микроблоги (LiveJournal (Живой Журнал) и Twitter).
- 4.2. Многопользовательские популярные социальные сети (Facebook, ВКонтакте, Одноклассники, LinkedIn, Мой Мир).
- 4.3. Популярные фото- и видеохостинги (Instagram, Flickr, Picasa, YouTube, Rutube).
- 4.4. Многопользовательские сетевые игры (Massively Multiplayer Online Games) и игры в альтернативной реальности (Alternate Reality Games).

1. Ознакомиться с материалами лекций к данному модулю (электронный университет МОСК (ТГУ) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://moodle.tsu.ru/course/view.php?id=33589> - курс «Ловцы человеков» или социальные сети в медиа, бизнесе, рекрутинге и образовании).
2. Подготовиться к электронному тестированию и пройти тестирование по материалам модуля.

По разделу №5. Блогинг как новый инструмент репутационного менеджмента.

- 5.1. Краткая история становления блогинга.
- 5.2. Блогеры как создатели versus: разрушители репутации компаний.
- 5.3. Особенности blogger relations для пиар-специалиста.
- 5.4. Ведение блога: простые рецепты копирайтинга и раскрутки.
- 5.5. Корпоративный блог: копирайтинг и продвижение.

1. Ознакомиться с материалами лекций к данному модулю (электронный университет МОСК (ТГУ) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://moodle.tsu.ru/course/view.php?id=33589> - курс «Ловцы человеков» или социальные сети в медиа, бизнесе, рекрутинге и образовании).
2. Подготовиться к электронному тестированию и пройти тестирование по материалам модуля.

По разделу №6. Принципы и формы организации SMM (Social Media Marketing) и рекламы.

- 6.1. Social Media Marketing: задачи, основные принципы, стратегии и алгоритм действий.

- 6.2. Маркетинговые характеристики и особенности основных бренд-платформ: Одноклассники, ВКонтакте, Facebook и Twitter.
- 6.3. Поддержка activity: работа с адвокатами бренда и функции контент- и комьюнити-менеджеров.
- 6.4. Реклама в социальных сетях: от «стрельбы по площадям» к гипертаргетированию.
- 6.5. Ручной и автоматический мониторинг упоминаний бренда в социальных сетях. Русскоязычные сервисы мониторинга.

- 1. Ознакомиться с материалами лекций к данному модулю (электронный университет МООК (ТГУ) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://moodle.tsu.ru/course/view.php?id=33589> - курс «Ловцы человек» или социальные сети в медиа, бизнесе, рекрутинге и образовании).
- 2. Подготовиться к электронному тестированию и пройти тестирование по материалам модуля.

По разделу №7. Организация специальных событий через социальные сети.

- 7.1. Как организовать специальное событие с использованием социальной платформы.
- 7.2. «Чей фант выиграл» или организация виртуальных конкурсов в сети.

- 1. Ознакомиться с материалами лекций к данному модулю (электронный университет МООК (ТГУ) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://moodle.tsu.ru/course/view.php?id=33589> - курс «Ловцы человек» или социальные сети в медиа, бизнесе, рекрутинге и образовании).
- 2. Подготовиться к электронному тестированию и пройти тестирование по материалам модуля.

По разделу №8. Бизнес-сети, хедхантинг и поиск работы в социальных сетях.

- 8.1. Сети в бизнесе и бизнес в сети: профессиональные платформы LinkedIn, Профессионалы.ру, Rb.ru, Doostang.
- 8.2. HR в сетях: репутация работника и рекрутера. Основные этапы: установление доверия к рекрутеру, поддержание контакта, поддержание в открытом виде коммуникаций с неустроенными кандидатами.
- 8.3. Советы кандидатам по поиску работы в социальных сетях.

- 1. Ознакомиться с материалами лекций к данному модулю (электронный университет МООК (ТГУ) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://moodle.tsu.ru/course/view.php?id=33589> - курс «Ловцы человек» или социальные сети в медиа, бизнесе, рекрутинге и образовании).
- 2. Подготовиться к электронному тестированию и пройти тестирование по материалам модуля.

По разделу №9. Социальные сервисы электронного образования.

- 9.1. «Фабрики» образовательного контента: массовые онлайн-курсы как образовательный тренд.
- 9.2. Коллаборативные сервисы Web 2.0 на службе образования.
- 9.3. Тренды в образовании для «цифровых аборигенов»: мобильное обучение и геймификация.
- 9.4. Особенности преподавательской самопрезентации в Сети.
- 9.5. Как представить университет в Сети: кейс-стади продвижения НИ ТГУ в социальных сетях.
- 9.6. Заключение: основные выводы и итоги курса. Утопия общества социальных сетей.

1. Ознакомиться с материалами лекций к данному модулю (электронный университет МООК (ТГУ) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://moodle.tsu.ru/course/view.php?id=33589> - курс «Ловцы человек» или социальные сети в медиа, бизнесе, рекрутинге и образовании).
2. Подготовиться к электронному тестированию и пройти тестирование по материалам модуля.

Примерная инструкция по выполнению тестовых заданий

Для проверки и последующего анализа своих знаний Вам предлагается пройти тестовые задания, состоящие из различного числа вопросов.

На выполнение тестовых заданий отводится 40 минут.

По структуре формирования ответа различают следующие типы заданий:

- тесты единственного выбора – предусматривают выбор одного правильного ответа из нескольких предложенных вариантов,
- тесты множественного выбора – предполагают выбор нескольких правильных ответов из ряда предложенных,
- тесты на восстановление последовательности – предполагают размещение в правильном порядке предложенных вариантов ответа,
- тесты на восстановление соответствия – предполагают восстановление соответствия между элементами двух множеств,

Перед выполнением задания внимательно прочитайте его формулировку и предлагаемые варианты ответа. Отвечайте только после того, как Вы поняли вопрос и проанализировали все варианты ответа.

Тестовые задания оцениваются в баллах. Постарайтесь выполнить как можно больше заданий и набрать наибольшее количество баллов. По завершении тестирования баллы суммируются. В результате Вы получаете оценку в баллах.

Желаем успеха!

1. Вопросы единственного выбора

Выберите один правильный ответ из нескольких предложенных вариантов:

1. Сохранение слабых связей в социальных сетях позволяет ... (Выберите, пожалуйста, ОДИН вариант правильного ответа):

- A) Увеличивать объем социального капитала
- B) Сократить объем социального капитала
- B) Сократить социальные контакты с близкими родственниками

Баллов за правильный ответ: 0,3

2. Технология социальных сетей позволяет инициировать отношения с ... (Выберите, пожалуйста, ОДИН вариант правильного ответа):

- A) Высоким уровнем обязательств
- B) Вообще без обязательств
- B) Низким уровнем обязательств

Баллов за правильный ответ: 0,3

3. Общение через социальные сети способствует ... (Выберите, пожалуйста, ОДИН вариант правильного ответа):

- A) Вызывает психологический стресс
- B) Возрастанию психологических барьеров и комплексов
- B) Снятию психологических барьеров

Баллов за правильный ответ: 0,3

II. Вопросы множественного выбора

Выберите все правильные ответы из ряда предложенных:

1. Сервисы социальных сетей обладают следующими преимуществами в плане установления социальных контактов ... (Выберите, пожалуйста, ТРИ варианта правильных ответов):

- A) Поиск и фильтрация контактов
- B) Визуализация контактов
- B) Инициативность коммуникации
- Г) Непосредственность общения
- Д) Реактивный характер общения
- E) Вербализация контактов

Баллов за правильный ответ: 0,4

2. Для общения в виртуальном пространстве социальных сетей, по сравнению с офлайн-общением, характерны ... (Выберите, пожалуйста, ТРИ варианта правильных ответов):

- А) Большие возможности управления впечатлениями о себе
- Б) Слабая демаркация публичного и приватного пространства
- В) Низкие психологические издержки вступления в контакт
- Г) Высокие психологические издержки вступления в контакт
- Д) Четкая демаркация публичного и приватного пространства
- Е) Меньшие возможности управления впечатлениями о себе

Баллов за правильный ответ: 0,4

3. Выделите какие элементы НЕ являются ключевыми принципами коммуникации в социальных медиа (Выберите, пожалуйста, ТРИ варианта правильных ответов):

- А) Интерактивность
- Б) Открытость платформы
- В) Коворкинг
- Г) Пиринг
- Д) Монологичность
- Е) Отсутствие обратной связи
- Ж) Невозможность подгрузки собственного контента

Баллов за правильный ответ: 0,4

4. Выделите, какие константные опции используются во всех известных социальных сетях для организации групп френдов-единомышленников ... (Выберите, пожалуйста, ТРИ варианта правильных ответов):

- А) Базовая информация группы
- Б) Дискуссионный форум
- В) Визуализированный список участников
- Г) Возможности подписки на постинг других пользователей
- Д) Функция накопления баллов за социальную активность в Сети
- Е) Возможности таксономии с помощью хэштегов

Баллов за правильный ответ: 0,4

III. Вопросы на восстановление последовательности

1. Расположите в правильной последовательности эволюцию компьютерных систем:

- А) РС (персональный компьютер)
- Б) устройства AR
- В) ЭВМ
- Г) интернет-планшеты с мультитач-управлением
- Д) устройства VR

Баллов за правильный ответ: 0,5

2. Определите, пожалуйста, корректную последовательность действий по созданию блога:

- А) Определить параметры отстройки от конкурентов
- Б) Определить тематическое поле блога
- В) Провести конкурентный анализ тематического поля
- Г) Разработать дизайн блога
- Д) Подготовить несколько записей впрок
- Е) Запустить блог

Баллов за правильный ответ: 0,5

3. Опишите последовательность алгоритма автоматического мониторинга социальных сетей и блогов:

- А) Подбор семантического ядра
- Б) Анализ результатов
- В) Отслеживание результатов с заданной периодичностью
- Г) Настройка параметров кампании по мониторингу
- Д) запуск кампании

Баллов за правильный ответ: 0,5

IV. Вопросы на восстановление соответствия

1. Соотнесите первооткрывателей эры персональных компьютеров (PC) и их изобретения и достижения:

- А) PC с графическим интерфейсом Apple Macintosh
- Б) буквенная клавиатура
- В) мультимедийный PC Amiga 1000
- Г) программное обеспечение Microsoft

Дуглас Энгельбарт
Билл Гейтс и Пол Аллен
Стив Джобс
ЭрДжи Майкл и Дэйв Морс

Баллов за правильный ответ: 0,6

2. Соотнесите термины и их определения:

- А) Идентичность
- Б) Никнейм
- В) Самопрезентация
- Г) Аватарка

Изображение (картинка / фото), визуально представляющее пользователя Сети повод для совершения покупки, искомые выгоды, статус пользователя, интенсивность потребления, степень приверженности, отношение к товару, степень готовности к восприятию товара

Осознание личностью своей принадлежности к той или иной социально-личностной позиции в рамках социальных ролей и эго состояний возраст, пол, национальность, семейное положение, этап семейной жизни, размер семьи, образование, религия (убеждения), род занятий, уровень доходов

Сетевое имя, псевдоним, используемый пользователем в Интернете

Процесс представления себя в отношении социально и культурно принятых способов действия и поведения

Баллов за правильный ответ: 0,6

3. Соотнесите стратегии использования социальных медиа и сегменты бизнеса:

- А) Крупный бизнес
- Б) малый и средний бизнес
- В) Интернет-бизнес
- Г) B2B сфера

Задача получения с площадок в социальных сетях качественного трафика, обладающего высокой конверсией

Решение задач брендинга, повышения информированности целевой аудитории, увеличения лояльности и доверия к продуктам бренда

Поиск представителей той профессиональной прослойки, которая является целевой аудиторией компании

Повышение продаж, анонсирование скидочных акций, стимулирование пользователей на повторные покупки

Баллов за правильный ответ: 0,6

5. Критерии оценивания результатов текущей аттестации

Виды текущего контроля	Допороговый уровень	Послепороговый уровень
Контактная работа: <ul style="list-style-type: none">• тестирование	менее 50% правильных ответов (не зачтено)	более 50% правильных ответов (зачтено)
Задание для самостоятельной работы: <ul style="list-style-type: none">• тестирование	менее 50% правильных ответов (не зачтено)	более 50% правильных ответов 3,0-5 баллов (зачтено)

5.1 Критерии оценивания внутрисеместрового онлайн-тестирования:

Оценка «зачтено» выставляется обучающемуся, усвоившему программный материал, правильно отвечающему на тестовые задания. При этом обучающийся 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 при онлайн-тестировании, 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 третьем семестре проводится в формате итогового тестирования в онлайн-курсе по дисциплине. Продолжительность зачета 1 час.

Результаты текущего контроля влияют на итоговую оценку. Набранные баллы (за семестр) в рамках онлайн-тестирования по модулям-темам суммируются и выводится средняя арифметическая. Студенты, получившие средний балл менее 50% правильных ответов, сдают зачет по вопросам, не имея возможности сдавать зачет с помощью итогового тестирования в рамках онлайн-курса.

6.2 Типовые экзаменационные тестовые задания.

6.2.1. Требования к итоговой работе/кейсу:

Требования к итоговому тестированию: Итоговое тестирование выполняется по всем темам-модулям дисциплины и включает в себя 40 тестовых заданий. В случае, если студент набирает по итогам тестирования более 50% правильных ответов, итоговое тестирование считается пройденным. Курс размещен на образовательной онлайн-платформе Stepik (<https://stepik.org/course/83268/promo>), обучающиеся имеют возможности пройти итоговое тестирование дистанционно или в компьютерных классах университета с применением прокторинга и получением сертификата о прохождении курса от образовательной онлайн-платформы.

Задания для выполнения итогового тестирования по дисциплине:

Выберите один правильный ответ из нескольких предложенных вариантов:

1. Сохранение слабых связей в социальных сетях позволяет ... (Выберите, пожалуйста, ОДИН вариант правильного ответа):

- А) Увеличивать объем социального капитала
- Б) Сократить объем социального капитала
- В) Сократить социальные контакты с близкими родственниками

Баллов за правильный ответ: 0,3

2. Технология социальных сетей позволяет инициировать отношения с ... (Выберите, пожалуйста, ОДИН вариант правильного ответа):

- А) Высоким уровнем обязательств
- Б) Вообще без обязательств
- В) Низким уровнем обязательств

Баллов за правильный ответ: 0,3

3. Общение через социальные сети способствует ... (Выберите, пожалуйста, ОДИН вариант правильного ответа):

- А) Вызывает психологический стресс
- Б) Возрастанию психологических барьеров и комплексов
- В) Снятию психологических барьеров

Баллов за правильный ответ: 0,3

6.2.2. Примерные вопросы к зачету*

Вопросы к зачету (*для студентов, набравших менее 50% за прохождение внутрикурсового тестирования по итогам всех модулей):

1. Техноэволюция социальных платформ: Что было особенным в эволюции социальных платформ от «электронных шкафов» (мэйнфреймов) к коллективному разуму социальных медиа?
2. Какие основные изменения и трансформации произошли в социальных платформах и как они повлияли на общество? Как произошла эволюция машинного разума от «электронных шкафов» к персональным компьютерам (PC)? Какова краткая история развития Всемирной паутины?
3. Web 2.0 и социальные медиа: Что такое Web 2.0 и какие новые возможности и активности появились у пользователей? Что такое пользовательский контент и почему он важен для Web 2.0?
4. Что такое викиномика и N-Geners (просьюмеры), и как они связаны с краудсорсингом? В чем заключается роль социальных медиа в формировании слабых социальных связей и дружбы в сети? Как социальные медиа влияют на жизнь людей и как они помогают конструировать онлайн-личность?
5. Виртуальная самопрезентация и сетевой этикет: Что такое виртуальная идентичность и как она связана с самопрезентацией в сети?
6. Как влияют на сетевое общение лексика, семантика и этика? Какие основные принципы сетевого общения существуют и какие семантические нормы следует соблюдать?
7. Типология социальных платформ и особенности организации коммуникаций: Чем отличаются коллективные и персональные блоги и микроблоги, такие как LiveJournal и Twitter? Какие популярные социальные сети существуют (например, ВКонтакте, Одноклассники, LinkedIn, Мой Мир)?
8. Какова роль популярных фото- и видеохостингов (например, Flickr, Picasa, YouTube, Rutube)? Что такое многопользовательские сетевые игры (ММОГ) и игры в альтернативной реальности (ARG), и как они организованы?
9. Блогинг как инструмент репутационного менеджмента: Как развился блогинг и как он влияет на репутацию компаний? Как разные типы блогеров могут быть создателями или разрушителями репутации компаний?
10. Какие простые рецепты копирайтинга и раскрутки блога существуют? В чем заключаются особенности ведения корпоративного блога с точки зрения копирайтинга и продвижения?
11. Принципы и формы организации SMM и рекламы: Какими задачами и принципами руководствуется Social Media Marketing (SMM)? Какие основные характеристики приобретают бренд-платформы, такие как Одноклассники, ВКонтакте?

12. Что такое activity и какую роль он выполняет в SMM? Какие задачи выполняют контент- и комьюнити-менеджеры? Чем отличается реклама в социальных сетях от традиционной и какие принципы гипертаргетирования используются?
13. Какие инструменты и сервисы разработаны для мониторинга упоминаний бренда в социальных сетях?
14. Организация специальных событий через социальные сети: Как можно организовать специальное событие с использованием социальных платформ? Как проводить виртуальные конкурсы в сети и как они помогают привлекать внимание?
15. Какие навыки требуются для поиска и установления связей с людьми в онлайн-среде?
16. 8. Бизнес-сети, хедхантинг и поиск работы в социальных сетях: Какие профессиональные платформы существуют для бизнеса и поиска работы (например, LinkedIn, Профессионалы.ру, Rb.ru, Doostang)?
17. Каким образом происходит онлайн-хедхантинг и как набираются квалифицированные специалисты в сетях? Какие советы можно дать кандидатам при поиске работы в социальных сетях?
18. Социальные сервисы электронного образования: Что такое массовые онлайн-курсы (МООС) и коллаборативные сервисы Web 2.0 в образовании?
19. Какие тренды в образовании для цифровых аборигенов существуют, например, мобильное обучение и геймификация?
20. Как преподаватели могут представить себя в онлайн и какие особенности есть у преподавания через социальные сети?

6.3 Критерии оценивания результатов промежуточной аттестации

Вид промежуточной аттестации	Допороговый уровень	Послепороговый уровень
Итоговое тестирование	не зачтено	зачтено
Ответы на вопросы к зачету*	не зачтено	зачтено

6.4 Критерии оценки итогового тестирования.

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

Оценка «зачтено» выставляется обучающемуся, усвоившему программный материал, правильно отвечающему на тестовые задания. При этом обучающийся 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 при онлайн-тестировании, не умеет аргументировать собственный ответ.

ФОС составил(и):

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

ФОС одобрен на заседании УМК 20 июня 2023 г.