

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
Факультет психологии



УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета психологии

Д.Ю. Баланёв

«05» сентября 2022 г.

**Фонд оценочных средств
по дисциплине**

Основы SMM: тренды, аудитории, платформы

наименование дисциплины/модуля/вид и тип практики

Направление подготовки (специальность)

42.04.01. Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) подготовки «Цифровой бренд-менеджмент»

Томск-2022

ФОС составил(и): А.П. Глухов, доцент кафедры социальных коммуникаций
факультет психологии НИ ТГУ

Рецензент: И. П. Кужелева-Саган, д. филос. н., профессор, заведующая
кафедрой социальных коммуникаций факультета психологии НИ ТГУ

ФОС одобрен на заседании УМК ФП НИ ТГУ

Протокол №7 от 05.09.2022

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 «Основы SMM: тренды, аудитории, платформы» и включает в себя набор оценочных материалов для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине «Основы SMM: тренды, аудитории, платформы».

1. Компетенции и результаты обучения, формируемые в результате освоения дисциплины «Основы SMM: тренды, аудитории, платформы»

Компетенция	Индикатор компетенции	Код и наименование результатов обучения (планируемые результаты обучения, характеризующие этапы формирования компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения			
			Неудовлетворительно	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
ОПК-2. Способен анализировать основные тенденции и развития общественных и государственных институтов для их устойчивого существования в современном	ИОПК-2.1. Понимает систему общественных и государственных институтов и умеет выстраивать с ними коммуникацию	ОР-ИОПК-2.1. Обучающийся сможет: 1.1.1. понимает систему общественных и государственных институтов; 1.1.2. умеет выстраивать коммуникацию с системой общественных и государственных институтов	Обучающийся не знаком с литературой по обсуждаемой проблеме, опирается в дискуссии лишь на свое мнение или не участвует в обсуждении вообще	Обучающийся демонстрирует поверхностное знакомство с основной рекомендованной литературой, опирается не более, чем на два источника, участвует в обсуждениях предлагаемых вопросов, критически оценивает предлагаемый материал и демонстрирует способность применить его к анализу социальных и культурных реалий	Обучающийся демонстрирует знание рекомендованной основной литературы, опирается не более, чем на два источника, участвует в обсуждениях предлагаемых вопросов, критически оценивает предлагаемый материал, иногда демонстрирует способность применить его к анализу социальных и культурных реалий	Обучающийся демонстрирует знание рекомендованной основной литературы, опирается не более, чем на два источника, активно участвует в обсуждении предлагаемых вопросов, критически оценивает предлагаемый материал и демонстрирует способность применить его к анализу социальных и культурных реалий

ых медиа текстах и (или) медиа продуктах, и (или) коммуникационных продуктах					культурных реалий.	
	ИОПК-2.2. Умеет ставить цели, задачи исследования бренда, планировать аналитическую деятельность с учетом знаний общественных наук и актуальных вопросов современного общества	ОР-ИОПК-2.2. Обучающийся сможет: 1.1.3. умеет ставить цели, задачи исследования бренда; 1.1.4. умеет планировать аналитическую деятельность с учетом знаний общественных наук и актуальных вопросов современного общества	Обучающийся не знаком с литературой по обсуждаемой проблеме, опирается в дискуссии лишь на свое мнение или не участвует в обсуждении вообще	Обучающийся демонстрирует поверхностное знакомство с основной рекомендательной литературой, опирается не более, чем на два источника, участвует в обсуждении предлагаемых вопросов, критически оценивает предлагаемый материал и демонстрирует способность применить его к анализу социальных и культурных реалий.	Обучающийся демонстрирует знание рекомендательной основной литературы, опирается не более, чем на два источника, участвует в обсуждении предлагаемых вопросов, критически оценивает предлагаемый материал, иногда демонстрирует способность применить его к анализу социальных и культурных реалий.	Обучающийся демонстрирует знание рекомендательной основной литературы, опирается не более, чем на два источника, участвует в обсуждении предлагаемых вопросов, критически оценивает предлагаемый материал и демонстрирует способность применить его к анализу социальных и культурных реалий.

2. Этапы формирования компетенций и виды оценочных средств

№	Этапы формирования компетенций (разделы дисциплины)	Код и наименование результатов обучения	Вид оценочного средства (тесты, задания, кейсы, вопросы и др.)
1	Раздел 1. Викиномика как коллаборативная экономика участия	ОР-ИОПК-2.1.; ОР-ИОПК-2.2.; ОР-ИОПК-2.3	Тестовый контроль
2	Раздел 2. Принципы и формы организации SMM (Social Media Marketing) и рекламы, электронное образование	ОР-ИПК-4.1.; ОР-ИПК-4.2.; ОР-ИПК-4.3.	Тестовый контроль
4	Зачет	ОР-ИОПК-2.1.;	Итоговый тестовый контроль

		ОР-ИОПК-2.2.; ОР-ИОПК-2.3 ОР-ИПК-4.1.; ОР-ИПК-4.2.; ОР-ИПК-4.3.	
--	--	---	--

3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки образовательных результатов обучения

3.1. Типовые задания для проведения текущего контроля успеваемости по дисциплине.

3.2. Типовые задания для проведения промежуточной аттестации по дисциплине.

Примерные тестовые задания к модулям курса «Основы SMM: тренды, аудитории, платформы»

Вопрос 1

Первые электронно-вычислительные машины (ЭВМ) созданы в

20-е гг. XX в. 40-е гг. XX в. 60-е гг. XX в. начале XXI в.

- Этот вопрос оставлен без ответа.

Вопрос 2

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

Дуглас Энгельбарт

- Этот вопрос оставлен без ответа.

Билл Гейтс и Пол Аллен

- Этот вопрос оставлен без ответа.

Стив Джобс

- Этот вопрос оставлен без ответа.

ЭрДжи Майкл и Дэйв Морс

- Этот вопрос оставлен без ответа.

Вопрос 3

Расположите в правильной последовательности эволюцию компьютерных систем.

1 – PC, 2 – устройства дополненной реальности (в частности, google glass), 3 – ЭВМ, 4 – интернет-планшеты с мультитач-управлением

1, 2, 3, 4 3, 1, 4, 2 1, 3, 4, 2 3, 1, 2, 4

- Этот вопрос оставлен без ответа.

Вопрос 4

Выберите крупнейшие компании, внедрившие прорывные технологии и ставшие пионерами в области разработки компьютеров и программного обеспечения (выберите, пожалуйста, четыре варианта ответа).

Microsoft Facebook Apple Intel Samsung Роснано Ericsson

- Этот вопрос оставлен без ответа.

Вопрос 5

Появление персональных компьютеров (PC) привело к возникновению таких удобных инструментов офисной работы, как (выберите, пожалуйста, три варианта ответа)

текстовых процессоров печатных устройств электронных таблиц
графических редакторов телефакса

- Этот вопрос оставлен без ответа.

Вопрос 6

Термин «социальная сеть» был введен в научный оборот

М. Маклюеном Э. Тоффлером Дж. Барнсом Д. Белом

- Этот вопрос оставлен без ответа.

Вопрос 7

Организацией-прародителем Интернета, инициировавшей разработки в области электронных сетевых коммуникаций, является

NASA RAND ARPA WWF

- Этот вопрос оставлен без ответа.

Вопрос 8

Ключевые службы Интернета (выберите, пожалуйста, три варианта ответа):

CRM (служба установления клиентоориентированных отношений) служба электронной поддержки World Wide Web служба электронной почты (E-mail) служба передачи файлов (FTP)

- Этот вопрос оставлен без ответа.

Вопрос 9

Соотнесите имена первооткрывателей интернет-технологий и сделанные ими изобретения
Винтон Дж. Сёрф и Роберт Эллиот Кан

- Этот вопрос оставлен без ответа.

Тим Бернерс-Ли (совместно с Робертом Кайо)

- Этот вопрос оставлен без ответа.

Ларри Пейдж и Сергей Брин

- Этот вопрос оставлен без ответа.

Марк Цукерберг

- Этот вопрос оставлен без ответа.

Вопрос 10

Какой тип контактов, в первую очередь, интенсифицирует Интернет?

сильные связи слабые связи внутриофисную коммуникацию

- Этот вопрос оставлен без ответа.

Вопрос 11

Время появления и развития ресурсов Web 2.0 –

начало 90-х гг. XX в. начало 2000-х гг. 2010-е гг. 80-е гг. XX в.

- Этот вопрос оставлен без ответа.

Вопрос 12

Аббревиатура UGC означает

создаваемый редакционной группой контент санкционируемый к публикации государством контент создаваемый пользователями контент создаваемый веб-дизайнерами контент

- Этот вопрос оставлен без ответа.

Вопрос 13

Что характерно для ресурсов Web 2.0 (выберите, пожалуйста, два варианта ответа)?

- участники сами бесплатно генерируют контент управляются профессиональными редакторами и контент-менеджерами имеют один стиль, четкую направленность и тематичность применяются низкокзатратные инструменты сотрудничества

- Этот вопрос оставлен без ответа.

Вопрос 14

Отличительными особенностями social media являются (выберите, пожалуйста, три варианта ответа)

- неограниченные интерактивные коммуникации высокая степень вовлеченности в процесс коммуникации персонализация пользователя предварительная редакция материала и жесткая модерация дистанция между пользователем и публич-менеджером

- Этот вопрос оставлен без ответа.

Вопрос 15

Обозначьте ключевые преимущества ресурсов Web 2.0 над ресурсами Web 1.0 (выберите, пожалуйста, три варианта ответа).

- участники сами бесплатно генерируют контент ресурсы не зависят от креатива одной персоны нет необходимости искать, составлять и оплачивать интересный контент участники более ответственны и предоставляют проверенную информацию ресурсы имеют один стиль, четкую направленность и тематичность

- Этот вопрос оставлен без ответа.

Вопрос 16

«Викиномика» – это экономика, основанная на

- работе фрилансеров через Википедию совместном сотрудничестве в области Интернета коллаборативной деятельности, ставшей возможной благодаря социальным платформам фрилансовом типе занятости

- Этот вопрос оставлен без ответа.

Вопрос 17

Основателем ресурса «Википедия» является

Марк Цукерберг Дж. Уэллес Стив Джобс Сергей Брин

- Этот вопрос оставлен без ответа.

Вопрос 18

Соотнесите термины и их определения в области использования социальных медиа.

модель работы, в которой участники, оставаясь независимыми и свободными, используют общее виртуальное пространство для проектирования

- Этот вопрос оставлен без ответа.

производство и контроль за процессом на равных, без выраженной вертикальной координации

- Этот вопрос оставлен без ответа.

передача части производственных или маркетинговых функций компании или организации неопределённому кругу добровольцев, с координацией их деятельности с помощью социальных платформ

- Этот вопрос оставлен без ответа.

Вопрос 19

Каковы характерные черты нового поколения протьюмеров (выберите, пожалуйста, три варианта ответа)?

не признают понятие копирайта и интеллектуальной собственности доверяют рекламе в традиционных медиа скептически относятся к прямой рекламе, но прислушиваются к рекомендациям друзей строго соблюдают права интеллектуальной собственности занимаются множеством социальных виртуальных активностей контролируются в своем потреблении крупными корпорациями

- Этот вопрос оставлен без ответа.

Вопрос 20

Цифровые кочевники – это

люди, использующие в путешествиях цифровые мобильные устройства люди, локализованные в одном месте, но «кочующие» по пространству Интернета профессионалы или предприниматели некоторой области, которые в своей работе не

привязаны к определенному месту и используют интернет-технологии в своей профессиональной деятельности

- Этот вопрос оставлен без ответа.

Вопрос 21

Сохранение слабых связей в социальных сетях позволяет

увеличить объем социального капитала сократить социальные контакты с близкими родственниками сократить объем социального капитала

- Этот вопрос оставлен без ответа.

Вопрос 22

Какими преимуществами в плане установления социальных контактов обладают сервисы социальных сетей (выберите, пожалуйста, три варианта ответа)?

поиск и фильтрация контактов визуализация контактов инициативность коммуникации непосредственность общения реактивный характер общения вербализация контактов

- Этот вопрос оставлен без ответа.

Вопрос 23

Для общения в виртуальном пространстве социальных сетей, по сравнению с офлайн-общением, характерны (выберите, пожалуйста, три варианта ответа)

большие возможности управления впечатлениями о себе слабая демаркация публичного и приватного пространства низкие психологические издержки вступления в контакт высокие психологические издержки вступления в контакт четкая демаркация публичного и приватного пространства меньшие возможности управления впечатлениями о себе

- Этот вопрос оставлен без ответа.

Вопрос 24

Выделите четыре ключевых принципа коммуникации в социальных медиа согласно концепции Дэна Тайпскотта.

интерактивность открытость платформы коворкинг пиринг краудсорсинг
 приватность эксклюзивность

- Этот вопрос оставлен без ответа.

Вопрос 25

Выделите константные опции, которые используются во всех известных социальных сетях для организации групп френдов-единомышленников (выберите, пожалуйста, три варианта ответа).

базовая информация группы дискуссионный форум визуализированный список участников возможности подписки на постинг других пользователей функция накопления баллов за социальную активность в Сети возможности таксономии с помощью хэштегов

- Этот вопрос оставлен без ответа.

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания образовательных результатов обучения

4.1. Методические материалы для оценки текущего контроля успеваемости по дисциплине

За каждое выполненное контрольное задание магистрант получает баллы по десятибалльной системе оценивания: Результат считается зачтенным, если магистрант получает выше 4 балла (по десятибалльной системе) по критериям оценивания результатов обучения согласно карте компетенций настоящей программы (см. таблица 1 ФОС).

Порядок расчета итогового балла и критерии оценки за выполнение заданий в течение семестра:

0 баллов – на занятии отсутствовал, задание не выполнено.

1 балл – на занятии присутствовал, но задание, в целом, выполнено неправильно, оформление не соответствует требованиям

2 балла – задание выполнено правильно лишь частично, оформление не соответствует большинству требований

3 балла – задание выполнено правильно только наполовину, оформление лишь частично соответствует требованиям

4 балла - задание в целом выполнено, но оформление соответствует не всем требованиям

5 баллов - задание выполнено, но есть серьезные претензии к обобщениям и интерпретации результатов

6 баллов – задание выполнено, но в оформлении слабо выражена аналитическая позиция

7 баллов - выполнение задания и оформление результатов в целом соответствует требованиям, хотя есть незначительные замечания

8 баллов – выполнение задания и оформление результатов в полной мере соответствует требованиям

9 баллов - при выполнении задания и оформлении результатов ярко проявляется исследовательская позиция студента

10 баллов – выполнение задания и оформление результатов свидетельствуют о творчестве, инициативности и трудолюбии студента; отличаются оригинальностью

4.2. Методические материалы для проведения промежуточной аттестации по дисциплине/модулю/практике

Итоговая оценка, выставляемая в зачетку и ведомость, складывается из итогового балла, полученного студентом за работу в семестре, и балла, полученного по итогам зачета.

Распределение весов при расчете итоговой оценки:

- итоговый балл за работу в семестре – 0,6

- итоговый балл, полученный за работу непосредственно на зачете – 0,4

К сдаче зачета студенты допускаются при отработке всех практических заданий.