

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

SMM-кампания: цели, стратегия, алгоритм, SMM-активности

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 SMM-кампания: цели, стратегия, алгоритм, SMM-активности, 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: 2 семестр

Форма (формы) текущего контроля: контроль посещаемости, защита итогового кейса.

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)
Профессиональная компетенция. Тип задач профессиональной деятельности – Проектный.	ПК-3 Владеет навыками поисковой оптимизация и адаптация текстовых материалов, учитывая специфику их стиля.	ИПК-3.1 Способен создавать и адаптировать текстовый материал под особенности восприятия информации, обусловленные выбором социальных сетей и платформ, а также с учетом lifestyle – характеристик целевой аудитории	ОР- ИПК-3.1. Обучающийся: умеет создавать и адаптировать текстовый материал под особенности восприятия информации, обусловленные выбором социальных сетей и платформ; владеет навыками оптимизации материалов для социальных сетей с учетом lifestyle – характеристик целевой аудитории.

<p>Профессиональная компетенция. Тип задач профессиональной деятельности – Авторский.</p>	<p>ПК-5 Способен планировать, координировать и осуществлять оценку эффективности работы по созданию и редактированию контента.</p>	<p>ИПК-5.1 Способен создавать и редактировать контент для блогинговых платформ, оценивать эффективность размещенного контента ИПК-5.2 Умеет генерировать, планировать, таргетировать, размещать и оценивать эффективность контента в социальных медиа</p>	<p>ОР- ИПК-5.1. Обучающийся умеет создавать контент для SMM-проектов. ОР- ИПК-5.2. Обучающийся умеет планировать/таргетировать SMM-контент и оценивать его эффективность.</p>
---	--	---	---

3. Критерии оценивания результатов обучения

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

1. Допороговый уровень (далее – неудовлетворительно).
2. Пороговый уровень (далее - удовлетворительно)
3. Базовый уровень (далее – хорошо)
4. Продвинутый уровень (далее – отлично)

Индикатор компетенции	Код и наименование результатов обучения (планируемые результаты обучения, характеризующие этапы формирования компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения			
		Неудовлетворительно	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
<p>ИПК-3.1 Способен создавать и адаптировать текстовый материал под особенности восприятия информации, обусловленные выбором социальных сетей и платформ, а также с учетом lifestyle – характеристик целевой аудитории</p>	<p>ОР- ИПК-3.1. Обучающийся: умеет создавать и адаптировать текстовый материал под особенности восприятия информации, обусловленные выбором социальных сетей и платформ; владеет навыками оптимизации материалов для социальных сетей с учетом lifestyle – характеристик целевой аудитории.</p>	<p>Отсутствует знания, умения, навыка</p>	<p>Идентификация знания, умения, навыка</p>	<p>В целом успешная, но сопровождающаяся отдельными ошибками демонс</p>	<p>Успешная и систематическая демонстрация знания, умения, применения</p>

				трация знания, умения , приме нения навыка	навыка
ИПК-5.1 Способен создавать и редактировать контент для блогинговых платформ, оценивать эффективность размещенного контента ИПК-5.2 Умеет генерировать, планировать, таргетировать, размещать и оценивать эффективность контента в социальных медиа	ОР- ИПК-5.1. Обучающийся умеет создавать контент для SMM-проектов. ОР- ИПК-5.2. Обучающийся умеет планировать/таргетировать SMM-контент и оценивать его эффективность.	Отсутст вие знания, умения, навыка	Идент ифика ция знания, умения , навыка	В целом успеш ная, но сопров ождаю щаяся отдель ными ошибк ами демонс трация знания, умения , приме нения навыка	Успеш ная и систем атичес кая демонс трация знания, умения , приме нения навыка

4. Оценочные средства для проведения текущего контроля

Текущий контроль проводится регулярно на 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	Введение в курс. Цели и варианты организации маркетинговых коммуникаций на социальных платформах: продвижение, брендинг, рекрутинг, PR и формирование репутации.	ОР- ИПК-3.1. Обучающийся: умеет создавать и адаптировать текстовый материал под особенности восприятия информации, обусловленные выбором социальных сетей и платформ;	Анализ информации по теме: «Цели и варианты организации маркетинговых коммуникаций на социальных платформах»
2	Построение стратегии присутствия в социальных сетях: пошаговая	ОР- ИПК-3.1. Обучающийся: умеет создавать и адаптировать текстовый материал под особенности восприятия информации, обусловленные	Описание теоретической части стратегии присутствия в социальных сетях.

	инструкция.	<p>выбором социальных сетей и платформ;</p> <p>владеет навыками оптимизации материалов для социальных сетей с учетом lifestyle – характеристик целевой аудитории.</p> <p>ОР- ИПК-5.1. Обучающийся умеет создавать контент для SMM-проектов</p> <p>ОР- ИПК-5.2. Обучающийся умеет планировать/таргетировать SMM-контент и оценивать его эффективность</p>	
3	Виды профессиональных SMM -активностей в создании и раскрутке паблика на платформе социальных медиа.	<p>ОР- ИПК-3.1. Обучающийся: умеет создавать и адаптировать текстовый материал под особенности восприятия информации, обусловленные выбором социальных сетей и платформ;</p> <p>владеет навыками оптимизации материалов для социальных сетей с учетом lifestyle – характеристик целевой аудитории.</p> <p>ОР- ИПК-5.1. Обучающийся умеет создавать контент для SMM-проектов</p> <p>ОР- ИПК-5.2. Обучающийся умеет планировать/таргетировать SMM-контент и оценивать его эффективность</p>	Разработка стратегии присутствия в социальных с использованием SMM -активностей.
4	Форматы реализации SMM-кампаний и практические горизонты SMM-стратегии.	<p>ОР- ИПК-3.1. Обучающийся: умеет создавать и адаптировать текстовый материал под особенности восприятия информации, обусловленные выбором социальных сетей и платформ;</p> <p>владеет навыками оптимизации материалов для социальных сетей с учетом lifestyle – характеристик целевой аудитории.</p> <p>ОР- ИПК-5.1. Обучающийся умеет создавать контент для SMM-проектов</p> <p>ОР- ИПК-5.2. Обучающийся умеет планировать/таргетировать SMM-контент и оценивать его эффективность</p>	Презентация и текстовый отчет по итогам разработки стратегии присутствия в социальных сетях выбранной компании с учетом адаптации материалов под особенности восприятия информации, обусловленные выбором социальных сетей и с учетом lifestyle – характеристик целевой аудитории.

5.	Итоговая аттестация по дисциплине	<p>ОР- ИПК-3.1. Обучающийся: умеет создавать и адаптировать текстовый материал под особенности восприятия информации, обусловленные выбором социальных сетей и платформ; владеет навыками оптимизации материалов для социальных сетей с учетом lifestyle – характеристик целевой аудитории.</p> <p>ОР- ИПК-5.1. Обучающийся умеет создавать контент для SMM-проектов.</p> <p>ОР- ИПК-5.2. Обучающийся умеет планировать/таргетировать SMM-контент и оценивать его эффективность.</p>	<p>Защита итоговой работы/кейса. Формат: презентация с пояснительным текстовым документом (обязательное размещение в электронном учебном курсе по дисциплине в электронном университете «Moodle»)</p>
----	-----------------------------------	--	---

4.1 Содержание оценочных средств

Используемые оценочные средства: задания, анализ кейса.

4.1.1 Типовые задания (задания, размещены в одноименном курсе на платформе Coursera/Stepik/Moodle):

По модулю 1. Введение в курс. Цели и варианты организации маркетинговых коммуникаций на социальных платформах: продвижение, брендинг, рекрутинг, PR и формирование репутации.

Задания: Graided Quiz, Practice Quiz и Peer Review Authoring Template.

Планируемые результаты (уровень освоения компетенций).

ОР- ИПК-3.1. Обучающийся:

- умеет создавать и адаптировать текстовый материал под особенности восприятия информации, обусловленные выбором социальных сетей и платформ.

По модулю 2. Построение стратегии присутствия в социальных сетях: пошаговая инструкция.

Задания: Graided Quiz, Practice Quiz и Peer Review Authoring Template.

Планируемые результаты (уровень освоения компетенций).

ОР- ИПК-3.1. Обучающийся:

- умеет создавать и адаптировать текстовый материал под особенности восприятия информации, обусловленные выбором социальных сетей и платформ;
- владеет навыками оптимизации материалов для социальных сетей с учетом lifestyle – характеристик целевой аудитории.

По модулю 3. Виды профессиональных SMM -активностей в создании и раскрутке паблика на платформе социальных медиа.

Задания: Graided Quiz, Practice Quiz и Peer Review Authoring Template.

Планируемые результаты (уровень освоения компетенций).

ОР- ИПК-3.1. Обучающийся:

- умеет создавать и адаптировать текстовый материал под особенности восприятия информации, обусловленные выбором социальных сетей и платформ;
- владеет навыками оптимизации материалов для социальных сетей с учетом lifestyle – характеристик целевой аудитории.

По модулю 4. Форматы реализации SMM-кампаний и практические горизонты SMM-стратегии.

Задания: Graided Quiz, Practice Quiz и Peer Review Authoring Template.

Планируемые результаты (уровень освоения компетенций).

ОР- ИПК-3.1. Обучающийся:

- умеет создавать и адаптировать текстовый материал под особенности восприятия информации, обусловленные выбором социальных сетей и платформ;
- владеет навыками оптимизации материалов для социальных сетей с учетом lifestyle – характеристик целевой аудитории.

4.1.2 Типовые темы докладов для освоения теоретических знаний

4.1.3. Типовые кейс-задания:

В рамках раздела 1: Анализ информации по теме: «Цели и варианты организации маркетинговых коммуникаций на социальных платформах».

В рамках раздела 2: Описание теоретической части стратегии присутствия в социальных сетях.

В рамках раздела 3: Разработка стратегии присутствия в социальных с использованием SMM -активностей.

В рамках раздела 4: Презентация и текстовый отчет по итогам разработки стратегии присутствия в социальных сетях выбранной компании с учетом адаптации материалов под особенности восприятия информации, обусловленные выбором социальных сетей и с учетом lifestyle – характеристик целевой аудитории.

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 опрос, коллоквиум • Деловая игра, анализ кейсов • Выступление с сообщением по теме. 	0-2,9 баллов (неудовлетворительно)	3,0-3,5 баллов (удовлетворительно)	4,0-4,5 баллов (хорошо)	4,6-5,0 баллов (отлично)
Задание для самостоятельной работы: <ul style="list-style-type: none"> • Анализ кейсов 	0-2,9 баллов (неудовлетворительно)	3,0-3,5 баллов (удовлетворительно)	4,0-4,5 баллов (хорошо)	4,6-5,0 баллов (отлично)

5.1 Критерии оценивания выполнения задания, работы на коллоквиуме, 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; 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; 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.

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

До выполнения итоговой работы допускается слушатель, получивший оценку «зачтено» по всем контрольным заданиям курса. Слушатели, не выполнившие контрольные задания хотя бы по одному модулю курса, не допускаются системой до выкладки своей итоговой работы на платформу обучения в рамках данного курса специализации.

Итоговая работа по курсу:

"SMM-кампания: цели, стратегия, алгоритмы и маркетинговый потенциал" на Курсере или иной платформе размещения, необходимо выполнить и прикрепить в Мул задание:

1. Разработать и описать детальное (пошаговое) построение стратегии присутствия в социальных сетях для выбранной вами компании. То есть - необходимо выбрать конкретную компанию (реально существующую) и на ее примере описать предлагаемую вами стратегию присутствия в социальных сетях, с обоснованием необходимости и содержательного наполнения каждого этапа стратегии.
2. Составить список программных продуктов и их возможностей для осуществления мониторинга социальных сетей, с описанием обязательных параметров анализа.
3. Для выбранной вами компании, описать расширенные форматы реализации SMM-кампаний и возможности встраивания мобильных приложений, сервисов, чат-ботов и иных цифровых помощников в данную стратегию продвижения компании.
4. Упаковать ответ в текстовый документ (ворд) с активными ссылками, прикрепленными скринами, фотографиями и иными формами визуального сопровождения (при необходимости - данные приложения можно прикрепить отдельными файлами).

Критерии оценки устной защиты итоговой работы/кейса:

«Зачтено» выставляется обучающемуся, 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. Кейс проанализирован на достаточно хорошем уровне, но требует уточнения по некоторым пунктам; представлены собственные аналитические выкладки, аргументы, рекомендации, но изложенные недостаточно полно. Визуализация материала соотносится с основным содержанием. В работе частично присутствуют собственные выводы, рекомендации и предложения, но могут быть вопросы по некоторым пунктам аналитической работы. «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.

6.3 Критерии оценивания результатов промежуточной аттестации

Вид промежуточной аттестации	Допороговый уровень	Пороговый уровень	Базовый уровень	Продвинутый уровень
Устная защита итоговой работы/кейса	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично
Ответы на вопросы к зачету*	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично

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

Результаты экзамена 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 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; 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. 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.

Соответствие компетентностной структуре дисциплины:

п. 1 итоговой работы	ОР- ИПК-3.1. Обучающийся: умеет создавать и адаптировать текстовый материал под особенности восприятия информации,
----------------------	---

	обусловленные выбором социальных сетей и платформ; владеет навыками оптимизации материалов для социальных сетей с учетом lifestyle – характеристик целевой аудитории.
п.2 и 5 итоговой работы	ОР- ИПК-5.1. Обучающийся умеет создавать контент для SMM-проектов. ОР- ИПК-5.2. Обучающийся умеет планировать/таргетировать SMM-контент и оценивать его эффективность.

ФОС составил(и):
 Карнаухова Н.А., старший преподаватель кафедры социальных коммуникаций
 факультета психологии НИ ТГУ
 ФОС одобрен на заседании УМК
 Протокол от 20.06.2023