

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**

Плейс-менеджмент и плейсмейкинг
* Placemanagement and placemaking

Направление подготовки (специальность)
42.04.01 реклама и связи с общественностью
код и наименование направления подготовки

«Цифровой бренд-менеджмент»
наименование профиля подготовки

Томск-2022

ФОС составил(и)

Носова С.С., к.ф.н., ст. преподаватель кафедры социальных коммуникаций факультета психологии НИ ТГУ

Рецензент И. П. Кужелева-Саган, д.филос.н., профессор, заведующая кафедрой социальных коммуникаций ФП 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 и включает в себя набор оценочных материалов для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине.

1. Компетенции и результаты обучения, формируемые в результате освоения дисциплины

Компетенция	Индикатор компетенции	Код и наименование результатов обучения (планируемые результаты обучения, характеризующие этапы формирования компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения			
			Неудовлетворительно	Довлительно	Хорошо	Отлично
УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	ИУК 5.1 Выявляет, сопоставляет, типологизирует своеобразие культур для разработки стратегии взаимодействия с их носителями.	ОР-УК.5.1.1 Обучающийся способен выявлять, сопоставлять и типологизировать своеобразие культур при разработке коммуникативной стратегии для кампаний, связанных с плейсмейкингом и плейсменеджментом.	Отсутствие умения	Фрагментарное проявление умения по алгоритму, образцу	Безошибочное, но требующее самоконтроля проявление умения	Безошибочное и автоматизированное проявление умения
	ИУК 5.2. Организовывает и модерирует межкультурное взаимодействие для решения профессиональных задач.	ОР-УК.5.2.1. Обучающийся способен организовывать и модерировать межкультурное взаимодействие при решении профессиональных задач в разработке и реализации кампаний, связанных с плейсмейкингом и плейсменеджментом.	Отсутствие умения	Фрагментарное проявление умения по алгоритму, образцу	Безошибочное, но требующее самоконтроля проявление умения	Безошибочное, но требующее самоконтроля проявление умения
ОПК-4. Способен анализировать потребности и интересы общества и аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатекст	ИОПК-4.1. Умеет определять потребности и интересы целевых аудиторий и удовлетворять их с помощью медиатекстов, медиа и коммуникационных продуктов.	ОР-ОПК.4.1.1. Обучающийся умеет определять потребности и интересы целевых аудиторий кампаний, связанных с плейсмейкингом и плейсменеджментом.	Отсутствие умения	Фрагментарное проявление умения по алгоритму, образцу	Безошибочное, но требующее самоконтроля проявление умения	Безошибочное и автоматизированное проявление умения

ы и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты						
	ИОПК-4.2. Соблюдает этику деловых отношений с партнерами, клиентами, коллегами, целевыми аудиториями.	ОР-ОПК4.2.1. Обучающийся умеет соблюдать этику деловых отношений при разработке и реализации кампаний, связанных с плейсмейкинг и плейсменеджментом.	Отсутствие умения	Фрагментарное проявление умения по алгоритму, образцу	Безошибочное, но требующее самоконтроля проявление умения	Безошибочное и автоматизированное проявление умения
	ИОПК-4.3. Выстраивает и реализует личную профессиональную стратегию развития в интересах общества.	ОР-ОПК.4.3.1. Обучающийся способен выстраивать и реализовывать личную профессиональную стратегию развития в интересах общественности, организовывая и реализуя кампании, связанные с плейсмейкинг и плейсменеджментом.	Отсутствие умения	Фрагментарное проявление умения по алгоритму, образцу	Безошибочное, но требующее самоконтроля проявление умения	Безошибочное и автоматизированное проявление умения
ПК-3. Способен к организации, продвижению и брендированию коммуникационных ресурсов	ИПК 3.1. Организует маркетинговые исследования в области коммуникаций.	ОР-ИПК.3.1.1. Обучающийся знает как организовать маркетинговые исследования при разработке и реализации кампаний, связанных с плейсмейкинг и плейсменеджментом.	Отсутствие навыка	Фрагментарное применение навыка	В целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками применение навыка	Успешное и систематическое применение навыка
	ИПК 3.2. Разрабатывает стратегии интегрированных маркетинговых коммуникаций для продвижения коммуникационных ресурсов.	ОР-ИПК.3.2.1. Обучающийся умеет разрабатывать стратегии интегрированных маркетинговых коммуникаций для продвижения коммуникационных ресурсов при разработке и реализации кампаний, связанных с плейсмейкинг и плейсменеджментом.	Отсутствие навыка	Фрагментарное применение навыка	В целом успешное, но сопровождающееся отдельными ошибками применение навыка	Успешное и систематическое применение навыка
	ИПК 3.3. Организует мероприятия, способствующ	ОР-ИПК.3.3.1. Обучающийся способен организовывать мероприятия в рамках кампаний, связанных с	Отсутствие навыка	Фрагментарное применение навыка	В целом успешное, но сопровожда	Успешное и систематическое применение

	ие формированию бренда.	плейсмейкингом и плейсменеджментом.			дающееся отдельны ми ошибками применен ие навыка	навыка

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	<i>Модуль 1.</i> Коммуникация в плейс-менеджменте и плейсмейкинге.	<p>ОР-ОПК.4.1.1. Обучающийся умеет определять потребности и интересы целевых аудиторий кампаний, связанных с плейсмейкингом и плейсменеджментом.</p> <p>ОР-ОПК.4.2.1. Обучающийся умеет соблюдать этику деловых отношений при разработке и реализации кампаний, связанных с плейсмейкингом и плейсменеджментом.</p> <p>ОР-ОПК.4.3.1. Обучающийся способен выстраивать и реализовывать личную профессиональную стратегию развития в интересах общественности, организовывая и реализуя кампании, связанные с плейсмейкингом и плейсменеджментом.</p> <p>ОР-ИПК.3.2.1. Обучающийся умеет разрабатывать стратегии интегрированных маркетинговых коммуникаций для</p>	<p>1) Дать определение понятиям «место» и «чувство места», «пространство 4.0». Объяснить актуальность знаний из сферы плейсменеджмента и плейсмейкинга для специалиста в сфере социальных коммуникаций.</p> <p>2) Объяснить роль плейсменеджмента и плейсмейкинга в экономическом развитии территории.</p> <p>3) Принципы и функции плейсмейкинга и плейсменеджмента.</p> <p>4) Выявить связь между плейсмейкингом и качеством жизни.</p> <p>5) Плейс-маркетинг и возможности, которые он открывает для экономики территории и культурного туризма.</p> <p>6) Представить современные тренды в плейс-менеджменте.</p>

		<p>продвижения коммуникационных ресурсов при разработке и реализации кампаний, связанных с плейсмейкигом и плейсменеджментом.</p>	
	<p>Модуль 2. Коммуникация с целевыми аудиториями в кампаниях, организованных вокруг плейсмейкинга</p>	<p>ОР-УК.5.1.1 Обучающийся способен выявлять, сопоставлять и типологизировать своеобразие культур при разработке коммуникативной стратегии для кампаний, связанных с плейсмейкигом и плейсменеджментом.</p> <p>ОР-УК.5.2.1. Обучающийся способен организовывать и модерировать межкультурное взаимодействие при решении профессиональных задач в разработке и реализации кампаний, связанных с плейсмейкигом и плейсменеджментом.</p> <p>ОР-ОПК.4.1.1. Обучающийся умеет определять потребности и интересы целевых аудиторий кампаний, связанных с плейсмейкигом и плейсменеджментом.</p> <p>ОР-ОПК4.2.1. Обучающийся умеет соблюдать этику деловых отношений при разработке и реализации кампаний, связанных с плейсмейкигом и плейсменеджментом.</p> <p>ОР-ИПК.3.2.1. Обучающийся умеет разрабатывать стратегии интегрированных маркетинговых</p>	<p>1) Организация коммуникации с целевыми аудиториями проектов, связанных с плейсмейкигом. Public Engagement.</p> <p>2) Потенциал социальных медиа с точки зрения коммуникации с целевыми аудиториями проектов, связанных с плейсмейкигом.</p>

		коммуникаций для продвижения коммуникационных ресурсов при разработке и реализации кампаний, связанных с плейсмейкингом и плейсменеджментом.	
3	Модуль 3. Исследования в плейсмейкинге	ОР-ИПК.3.1.1. Обучающийся знает как организовать маркетинговые исследования при разработке и реализации кампаний, связанных с плейсмейкингом и плейсменеджментом.	1) Маркетинговые исследования в плейсмейкинге.
4	Модуль 4. Организация круглого стола на заданную тему	ОР-УК.5.2.1. Обучающийся способен организовывать и модерировать межкультурное взаимодействие при решении профессиональных задач в разработке и реализации кампаний, связанных с плейсмейкингом и плейсменеджментом. ОР-ОПК4.2.1. Обучающийся умеет соблюдать этику деловых отношений при разработке и реализации кампаний, связанных с плейсмейкингом и плейсменеджментом. ОР-ОПК.4.3.1. Обучающийся способен выстраивать и реализовывать личную профессиональную стратегию развития в интересах общественности, организовывая и реализуя кампании, связанные с плейсмейкингом и плейсменеджментом.	<u>Самостоятельная работа:</u> а) прочитать основную и дополнительную литературу по темам лекций; б) организовать мероприятие в формате «круглый стол» по предложенной тематике. (Приложение №1).
5	Модуль 5. Исследование локальных (местных) общественных пространств	ОР-УК.5.2.1. Обучающийся способен организовывать и модерировать межкультурное взаимодействие при решении профессиональных	<u>Самостоятельная работа:</u> а) прочитать основную и дополнительную литературу по темам лекций; б) провести исследование местного общественного пространства с использованием

		<p>задач в разработке и реализации кампаний, связанных с плейсмейкингом и плейсменеджментом.</p> <p>ОР- ОР-ОПК.4.1.1. Обучающийся умеет определять потребности и интересы целевых аудиторий кампаний, связанных с плейсмейкингом и плейсменеджментом.</p> <p>ОР-ОПК4.2.1. Обучающийся умеет соблюдать этику деловых отношений при разработке и реализации кампаний, связанных с плейсмейкингом и плейсменеджментом.</p> <p>ОР-ИПК.3.1.1. Обучающийся знает как организовать маркетинговые исследования при разработке и реализации кампаний, связанных с плейсмейкингом и плейсменеджментом.</p>	<p>предложенной методологии. (Приложение №1).</p>
6	<p>Модуль 6. Разработка PR-сопровождения локальных (местных) проектов по плейсмейкингу</p>	<p>ОР-УК.5.1.1 Обучающийся способен выявлять, сопоставлять и типологизировать своеобразие культур при разработке коммуникативной стратегии для кампаний, связанных с плейсмейкингом и плейсменеджментом.</p> <p>ОР-ОПК.4.1.1. Обучающийся умеет определять потребности и интересы целевых аудиторий кампаний, связанных с плейсмейкингом и плейсменеджментом.</p> <p>ОР-ОПК.4.3.1.</p>	<p><u>Самостоятельная работа:</u> а) прочитать основную и дополнительную литературу по темам лекций; б) Разработать PR-кампании для любого социального пространства (по выбору). Представить и публично защитить его, с обязательной подготовкой электронной презентации проекта (Приложение №1).</p>

	<p>Обучающийся способен выстраивать и реализовывать личную профессиональную стратегию развития в интересах общественности, организовывая и реализуя кампании, связанные с плейсмейкингом и плейсменеджментом.</p> <p>ОР-ИПК.3.2.1. Обучающийся умеет разрабатывать стратегии интегрированных маркетинговых коммуникаций для продвижения коммуникационных ресурсов при разработке и реализации кампаний, связанных с плейсмейкингом и плейсменеджментом.</p> <p>ОР-ИПК.3.3.1. Обучающийся способен организовывать мероприятия в рамках кампаний, связанных с плейсмейкингом и плейсменеджментом.</p>	
--	---	--

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

3.1. Типовые задания для проведения текущего контроля успеваемости по дисциплине

По модулю 4:

Самостоятельная работа:

- а) прочитать основную и дополнительную литературу по темам лекций;
- б) организовать мероприятие в формате «круглый стол» по предложенной тематике. (Приложение №1)

По модулю 5:

Самостоятельная работа:

- а) прочитать основную и дополнительную литературу по темам лекций;
- б) провести исследование местного общественного пространства с использованием предложенной методологии. (Приложение №1).

По модулю 6:

Самостоятельная работа:

- а) прочитать основную и дополнительную литературу по темам лекций;
- б) Разработать PR-кампании для любого социального пространства (по выбору). Представить и публично защитить его, с обязательной подготовкой электронной презентации проекта (Приложение №1).

3.2. Типовые задания для проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Примерный перечень вопросов к зачёту

1. Дать определение понятиям «место» и «чувство места», «пространство 4.0».
2. Актуальность знаний из сферы плейс-менеджмента и плейсмейкинга для специалиста в сфере социальных коммуникаций.
3. Объяснить роль плейс-менеджмента и плейсмейкинга в экономическом развитии территории.
4. Принципы и функции плейсмейкинга и плейсменеджмента.
5. Выявить связь между плейсмейкингом и качеством жизни.
6. Плейс-маркетинг и возможности, которые он открывает для экономики территории.
7. Плейсмейкинг и культурный туризм.
8. Связь плейсмейкинга, плейс-менеджмента и бренд-менеджмента территорий.
9. Представить современные тренды в плейс-менеджменте.
10. Организация коммуникации с целевыми аудиториями проектов, связанных с плейсмейкингом. Public Engagement.
11. Потенциал социальных медиа с точки зрения коммуникации с целевыми аудиториями проектов, связанных с плейсмейкингом.
12. Роль исследований в плейсмейкинге.
13. Маркетинговые исследования в плейсмейкинге.
14. Количественные и качественные исследования в плейсмейкинге.

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 оценку в формате «зачтено – не зачтено». Результат считается зачтенным, если магистрант получает оценку 3 и выше по критериям оценивания результатов обучения согласно карте компетенций настоящей программы.

№	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Оценочные средства / Контрольные задания
1.	Коммуникация в плейс-менеджменте и плейсмейкинге.	Организовать мероприятие в формате круглого стола на заданную тематику (Приложение 1)
2.	Коммуникация с целевыми аудиториями в кампаниях, организованных вокруг плейсмейкинга.	Разработка PR-сопровождения локальных (местных) проектов по плейсмейкингу (Приложение 1)
3.	Исследования в плейсмейкинге	Исследование локальных (местных) общественных пространств (Приложение 1)

4.2. Методические материалы для проведения промежуточной аттестации по дисциплине

К сдаче зачёта студенты допускаются при выполнении всех практических заданий на оценку не ниже «удовлетворительно». Пропуски семинарских и практических занятий предполагают дополнительный вопрос на зачёте по пропущенной теме. Зачёт проходит устно в традиционной форме «вопрос-ответ».

Критерии оценки ответов на вопросы экзамена

№ вопроса	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания ответов на вопросы экзамена			
		Неудовлетворительно	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
1 - 14	УК-5, ОПК-4, ПК-3.	Отсутствие умения	Фрагментарное проявление умения по алгоритму, образцу	Безошибочное, но требующее самоконтроля проявление умения	Безошибочное и автоматизированное проявление умения

ПРИЛОЖЕНИЕ №1

Описание заданий для семинарских и практических занятий

Задание для семинарского занятия

Организовать и провести семинарское занятие в формате круглого стола (онлайн и офлайн) на тему «Плейсмейкинг в “новой реальности”»: кампус университета после пандемии-2020».

Цель задания: организация и проведение научно-практического формата для обсуждения современных проблем и трендов в сфере плейсмейкинга.

Задачи:

1. Организовать работу внутри группы, распределив роли и разделив круг обязанностей по организации и проведению.
2. Определить круг проблем и форматов презентаций.
3. Написать сценарий и информационное письмо для потенциальных участников круглого стола.
4. Организовать коммуникацию с потенциальными участниками мероприятия.
5. Подготовить выступления.
6. Провести мероприятие.
7. Обсудить итоги круглого стола.

Задание для практического занятия 1

Исследование локальных (местных) общественных пространств

Цель задания: выявить, отвечает ли выбранное в качестве базисного субъекта пространство требованиям к пространству 4.0.

Задачи:

1. Выбрать методологию исследования.

2. Провести исследование.
3. Представить результаты как электронный продукт (презентация, инфографика, видеоролик) для публикации в социальных медиа кафедры.

Задание для практического занятия 2

Разработка PR-сопровождения локальных (местных) проектов по плейсмейкингу

Цель задания: Представить потенциально-реализуемый проект организации нового социального пространства или улучшения уже существующего и его PR-сопровождения (кофейня, коворкинг, библиотека, парк, зона отдыха, территории перед организацией или зданием, двор, детская площадка и т.д.)

Задачи:

1. Выбрать базисный субъект (лучше связать задания 1 и 2 и выполнять данное задание на основании результатов исследования из задания 1).
2. Найти похожий кейс организации социального пространства в российской или мировой практике (схожий базисный субъект) и проанализировать его.
3. Провести коммуникационный аудит базисного субъекта.
4. Разработать стратегию PR-сопровождения изменений базисного субъекта и его превращения в социальное пространство.
5. Представить результаты работы как электронный продукт (презентация, видеоролик) для публикации в социальных медиа кафедры.