

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Андрей Драгомирович Хлутков
Должность: директор
Дата подписания: 05.09.2024 17:16:00
Уникальный программный ключ:
880f7c07c583b07b775f6604a630281b13ca9fd2

Приложение 1

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА и ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
при ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ

Наименование кафедры

Утверждены
решением учебно-методической
комиссии по направлению
(специальности)

Протокол №5
от «15» мая 2024 г

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Б1.В.15 «Социальные медиа и управление сообществами»

42.03.05 «Медиакоммуникации»

-
Медиапродюсирование и медиаменеджмент
бакалавриат

очная

Года набора 2025

Санкт-Петербург, 2023 г.

Автор(ы)–составитель(и):
К.пед.н.,доцент, доцент кафедры
журналистики и медиакоммуникаций

Юмашева И.А.

Руководитель образовательной программы:

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
2. Оценочные средства по дисциплине
 - 2.1 Текущий контроль
 - 2.2 Промежуточная аттестация
3. Описание системы оценивания, шкала оценивания
 - 3.1 Показатели и критерии оценивания для текущего контроля
 - 3.2 Показатели и критерии оценивания для промежуточного контроля
 - 3.3 Шкала перевода (для уровня подготовки бакалавриат и специалитет)

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине- перечень компетенций с указанием компонентов компетенций дисциплины, как отдельного элемента ОП

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Код компонента освоения компетенции</i>	<i>Наименование компонента освоения компетенции</i>
ПК-5	Способен выполнять организационно-управленческие функции по разработке и реализации проекта сценарного материала	ПК-5.1	Способен применять грамматику, стилистику и фонетику русского языка с целью осуществления профессиональной деятельности, основы создания и редактирования медиатекстов, принципы и методы построения материалов в соответствии с законодательством Российской Федерации и иных нормативных правовых актов, методические и нормативные документы, регламентирующие деятельность СМИ и медиа
		ПК-5.2	Способен выполнять функции по инициированию творческих идей для создания нового продукта, формированию требований к создаваемому сценарному материалу, ведению переговоров (переписки) с авторами (сценаристами) по определению стоимости работ и сроков подготовки сценарного материала, контролю сроков выполнения работ по подготовке сценарного материала, оценке качества сценарного материала, в случае необходимости формулирование требований по доработке и внесению необходимых изменений

2. Оценочные средства по дисциплине

2.1 Оценочные средства по дисциплине для текущего контроля

2.1.1 Устный опрос. Тематика для обсуждения по темам.

Тема 1. Интернет как коммуникационная среда

1. История, развитие и принципы функционирования сети Интернет.
2. Интернет как СМК.
3. Природа Веб. Веб-эволюция.
4. Возникновение Веб 2.0 и идеология социального Интернета. Преимущества использования Веб 2.0

Тема 2. Социальные медиа в сети Интернет

1. Понятие медиа как совокупности средств аудио- и визуальной коммуникации.
2. Отличие социальных медиа от традиционных медиа (социальная среда, диалоговая форма, множественность авторов-генераторов контента).
3. Содержание социальных медиа.
4. Пользовательский контент.
5. Принципы социальных медиа. Принцип соучастия и коллективный разум.
6. Формы социальных медиа (social networking (знакомство, личное общение), collaboration work (? коллаборативное творчество?, совместная работа с информацией, её создание и преобразование), social knowledge bases (публикация контейнеров контента, не связанных хронологически), social information broadcasting, unique content creation (создание уникального контента), resharing (распространение чужого контента)).

Тема 3. Сервисы социальных медиа

1. Коллективные и персональные блоги, микроблоги.
2. Социально-тематические сети (Интернет-форумы).
3. Новостные социальные сайты.
4. Интернет-хосты.
5. Социальные сайты вопросов и ответов.

6. Подкасты аудио и видео
7. Социальные закладки.
8. Фолксономия. Тэги. Онлайн-игры.
9. Социальные сети (Facebook, MySpace, Vkontakte, Одноклассники, Мой Круг).

Тема 4. Социальные объекты в Интернет

1. Конструирование социальной реальности.
2. Мотивы участия пользователей в предоставлении контента.
3. Принципы формирования сетевого сообщества.
4. Пользовательский текст, мультимедиа контент.
5. Социальная сеть как капитал социального объекта.
6. Принципы действия и инструментарий социальных сетей в Интернет.

Тема 5. Социальные медиа в профессиональной деятельности

1. Социальные медиа как ресурс рекламной и PR-деятельности.
2. Социальные медиа как инструмент рекламной и PR-деятельности.
3. Направления рекламной и PR-деятельности в Интернет.
4. Принципы Social Network Relations.
5. Рекламный и PR текст в социальных медиа.
6. Социальный медиаплан.
7. Стиль профессионального общения в Интернет.
8. Модели работы с социальными сетями. Анализ кейсов.

Тема 6. Влияние социальных сетей на механизмы распространения информации в обществе

1. Методология мониторинга и анализа данных в социальных сетях.
2. Краудсорсинг и исследование социальных сетей для реализации проектов.
3. Специфика анализа социальных сетей.
4. Особенности восприятия информации аудиториями разных социальных сетей.
5. Субкультуры в социальных сетях

2.1.2 Устный опрос. Вопросы для фронтального опроса

1. Понятие медиа как совокупности средств аудио- и визуальной коммуникации.
2. Отличие социальных медиа от традиционных медиа (социальная среда, диалоговая форма, множественность авторов-генераторов контента).
3. Содержание социальных медиа.
4. Пользовательский контент (user-generated content).
5. Принципы социальных медиа. Принцип соучастия и коллективный разум.
6. Формы социальных медиа (social networking (знакомство, личное общение), collaboration work (коллаборативное творчество, совместная работа с информацией, её создание и преобразование), social knowledge bases (публикация контейнеров контента, не связанных хронологически), social information broadcasting, unique content creation (создание уникального контента), re-sharing (распространение чужого контента)).
7. Коллективные и персональные блоги, микроблоги.
8. Социально-тематические сети (Интернет-форумы).
9. Новостные социальные сайты.
10. Интернет-хосты.
11. Социальные сайты вопросов и ответов.
12. Подкасты, аудио и видео.
13. Социальные закладки.
14. Фолксономия. Тэги.
15. Онлайн-игры (Second Life, Lively, World of Warcraft).
16. Социальные сети (Vkontakte, Одноклассники,).
17. Конструирование социальной реальности.
18. Мотивы участия пользователей в предоставлении контента.
19. Принципы формирования сетевого сообщества.
20. Пользовательский текст, мультимедиа контент.
21. Социальная сеть как капитал социального объекта.
22. Принципы действия и инструментарий социальных сетей в Интернет.

2.1.3 Дискуссии по вопросам для текущего контроля. Направления дискуссий

1. Интернет как СМК.
2. Понятие медиа как совокупности средств аудио- и визуальной коммуникации.
3. Отличие социальных медиа от традиционных.
4. Специфика современных российских социальных медиа.
5. История развития современных российских социальных медиа.
6. Формы социальных медиа.
7. Социально-тематические сети.
8. Фолксономия
9. Конструирование социальной реальности.
10. Мотивы участия пользователей в предоставлении контента.
11. Принципы формирования сетевого сообщества.
12. Пользовательский текст, мультимедиа контент.
13. Социальная сеть как капитал социального объекта.
14. Техника продуктивной аргументации в социальных сетях

2.1.4 Дискуссии по вопросам для текущего контроля. Тематика дискуссий

1. Социальные медиа как ресурс рекламной и PR-деятельности.
2. Социальные медиа как инструмент рекламной и PR-деятельности.
3. Направления рекламной и PR-деятельности в Интернет.
4. Принципы Social Network Relations.
5. Рекламный и PR-текст в социальных медиа.
6. Социальный медиаплан.
7. Стиль профессионального общения в Интернет.
8. Модели работы с социальными сетями.
9. Типы социальных сетей.
10. Определение социальных сетей.
11. История формирования соц.сетей.
12. Трансформация соц.сетей – основные тенденции (взаимопроникновение, объединение и т.п.).
13. Принципы организации пользователей.
14. Возрастные, профессиональные особенности пользователей соц.сетей.
15. Информационная безопасность для пользователей.
16. Понятие краудсорсинга. Методика обсуждения проектов.
17. Феномен «вирусной рекламы» в интернет-пространстве.
18. Изменение композиционного шаблона современных СМИ.
19. Формирование стратегической перспективы в социальных сетях.
20. Информационная безопасность (вбросы, инструкции, «троллинг»).
21. Интегрирование функций в социальной сети.
22. Дисперсия медиабизнеса.
23. Инструмент обратной связи с аудиторией.
24. Среда для распространения контента.
25. Альтернативные способы восприятия значений медиа.
26. Манипуляции идентичностями в новых медиа.
27. Конструирование идентичности в рамках коммуникации.
28. Создание собственного мифа.

2.1.5 Проектные задания по вопросам для текущего контроля

Студенту необходимо выбрать 3 проектных задания, выполнить их в течение изучения дисциплины и провести публичную презентацию результатов в рамках практических занятий.

Задание 1. Разработать концепцию молодежного сообщества в российской социальной сети (по выбору студента).

Задание 2. Сформировать миссию, задачи и медиаплан авторского молодежного сообщества в российской социальной сети.

Задание 3. Разработать и обосновать контент-план авторского молодежного сообщества в российской социальной сети.

Задание 4. Сформировать план продвижения авторского молодежного сообщества в российской социальной сети.

Задание 5. Презентационная защита авторского молодежного сообщества в российской социальной сети.

2.2 Оценочные средства по дисциплине для промежуточной аттестации

2.2.1 Перечень вопросов для подготовки к экзамену

1. Понятие медиа как совокупности средств аудио- и визуальной коммуникации.
2. Отличие социальных медиа от традиционных медиа (социальная среда, диалоговая форма, множественность авторов-генераторов контента).
3. Содержание социальных медиа.
4. Пользовательский контент.
5. Социально-тематические сети (Интернет-форумы).
6. Новостные социальные сайты. Интернет-хосты.
7. Социальные сайты вопросов и ответов.
8. Подкасты аудио и видео
9. Пользовательский текст, мультимедиа контент.
10. Социальная сеть как капитал социального объекта.
11. Принципы действия и инструментарий социальных сетей в Интернет.
12. Социальные медиа как ресурс рекламной и PR-деятельности.
13. Социальные медиа как инструмент рекламной и PR-деятельности.
14. Направления рекламной и PR-деятельности в Интернет.
15. Принципы Social Network Relations.
16. Рекламный и PR текст в социальных медиа.
17. Социальный медиаплан.
18. Стиль профессионального общения в Интернет.
19. Модели работы с социальными сетями.
20. Методология мониторинга и анализа данных в социальных сетях.
21. Краудсорсинг и исследование социальных сетей для реализации проектов.
22. Специфика анализа социальных сетей.
23. Особенности восприятия информации аудиториями разных социальных сетей.

3.Описание системы оценивания, шкала оценивания

3.1 Показатели и критерии оценивания для текущего контроля.

Перечень оценочных средств для текущего контроля	Показатели и критерии оценивания (в баллах для бакалавриата и специалитета, в оценках для магистратуры и СПО)
Устный опрос	Соответствие ответа вопросу, полнота информации в ответе.
Защита проектов	Презентация по итогам разработки проекта защищена на семинарском занятии
Дискуссия	1) соблюдение регламента (20 мин.); 2) характер источников (более трех источников); 3) подача материала (презентация); 4) ответы на вопросы (владение материалом).
Экзамен	Корректность и полнота ответа с опорой на терминологический аппарат дисциплины и приведением языковых примеров

3.2 Показатели и критерии оценивания для промежуточного контроля

Компонент компетенции (с указанием кода)	Индикаторы достижения компетенций	Критерии оценивания (в баллах для бакалавриата и специалитета, в оценках для магистратуры и СПО)
ПК-5.1: Владеет грамматикой, стилистикой и фонетикой русского языка с целью осуществления профессиональной деятельности, основы создания и редактирования медиатекстов, принципами и методами построения материалов в соответствии с законодательством Российской Федерации и иных нормативных правовых актов, методических и нормативных документов, регламентирующих деятельность СМИ и медиа	Студент определяет принципы и методы построения материалов в соответствии с законодательством Российской Федерации и иных нормативных правовых актов, методических и нормативных документов, регламентирующих деятельность СМИ и медиа	Студент эффективно создает и редактирует медиатексты
ПК-5.2: Выполняет функции по инициированию творческих идей для создания нового продукта, формированию требований к создаваемому сценарному материалу, ведению переговоров (переписки) с авторами (сценаристами) по определению стоимости работ и сроков подготовки сценарного материала, контролю сроков выполнения работ по подготовке сценарного материала, оценке качества сценарного материала, в случае необходимости формулирование требований по доработке и внесению необходимых изменений	Студент формирует требования к создаваемому сценарному материалу, ведет переговоры (переписки) с авторами (сценаристами) по определению стоимости работ и сроков подготовки сценарного материала, контролирует сроки выполнения работ по подготовке сценарного материала, оценивает качество сценарного материала, в случае необходимости формулирует требования по доработке и внесению необходимых изменений	Студент эффективно выполняет функции по инициированию творческих идей для создания нового продукта

3.3 Шкала перевода баллов по дисциплинам с оценкой (экзамен или дифференцированный зачёт) для уровней образования бакалавриата и специалитета по очной форме обучения.

Согласно приказу №306 от 06.09.2019г «О применении балльно-рейтинговой системы оценки знаний обучающихся» в институте установлена следующая шкала перевода оценки из многобалльной системы в пятибалльную:

Количество баллов	Экзаменационная оценка	
	прописью	буквой
96 – 100	отлично	А
86-95	отлично	В
71 – 85	хорошо	С
61 – 70	хорошо	Д
51 – 60	удовлетворительно	Е
0 – 50	неудовлетворительно	ЕХ