

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.ДВ.01.02 Лаборатория контент-менеджмента (творческие
студии)**

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-4	Способен осуществлять поиск идей/материалы и оценивать оригинальность идеи нового продукта, а также определять актуальность и целевую аудиторию нового продукта	ПК-4.1	Способен применять законодательство Российской Федерации и иные нормативные правовые акты, методические и нормативные документы, регламентирующие деятельность средств массовой информации; знания истории России, новейшей истории и основ международной политики; корпоративные требования к продуктам телерадиовещательных СМИ; современные информационно-коммуникационные технологии; информационную специализацию СМИ; знания о конъюнктуре медийного рынка, мировых тенденциях в медиаиндустрии
		ПК-4.2	Способен применять современные ИКТ для анализа информации из различных источников, определяет степень ее достоверности, ориентируется в новостном пространстве, информационном поле; планировать освещение значимых событий; находить информацию, выявляет и использует различные источники информации; анализировать социально значимые процессы и явления и по результатам анализа выделять ключевые моменты в исходном материале для последующего использования в новом продукте; прогнозировать успешность будущего медиапродукта

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. Контент-менеджмент: введение в профессию

1. Контент-менеджмент: основные слагаемые понятия.
2. Задачи контент-менеджера: наполнение сайтов интернет-СМИ, копирайтинг, рерайтинг, поисковая оптимизация, редизайн и т.п.
3. Виды контент-менеджмента: периодический / постоянный, первичный. SEO копирайтинг и его особенности.
4. Совместная работа копирайтера, SEO оптимизатора, PR-менеджера и маркетолога.

Тема 2. Веб-контент: специфика его создания и продвижения в интернете

1. Иерархичность систем управления (создание, сбор, утверждение, публикация, распространение и архивирование).
2. Основные приемы и методы управления веб-контентом (управление процессами коллективной работы по созданию контента; базовые системы управления контентом; сервисы управление контентом; статистические контентные сервисы; интерактивные сервисы; административные сервисы).
3. Правила написания текстов для веб-сайтов.
4. Жанры веб-журналистики. Форматы веб-журналистики.
5. Веб-райтинг и копирайтинг.
6. Технологии распространения и продвижения веб-контента. Перспективное, текущее и оперативное планирование.

Тема 3. Программы и сервисы для контент-менеджмента

1. Программы и сервисы MS Word. Семантический анализ текста.
2. Системы управления веб-контентом (WCMS). Типовые функции управления веб-сайтом. Добавление и изменений информации.
3. Изменение структуры сайта. Изменение дизайна сайта.
4. Возможность использования шаблонных типов данных. Обеспечение работы с содержанием и визуальным отображением страниц.
5. Системы электронного документооборота предприятия, использующие веб-интерфейс.
6. Управление документами: регистрация, контроль версий, безопасность, каталогизация.
7. Управление веб-контентом: автоматизация процессов веб-администрирования, управление динамическим контентом и взаимодействие с пользователями.
8. Управление записями.
9. Управление движением и преобразованием в электронный вид бумажных документов.
10. Документальная поддержка бизнес-процессов. CSS (Cascading Style Sheets — каскадные таблицы стилей) - формальный язык описания внешнего вида документа, написанного с использованием языка разметки, таких как HTML, XHTML, XML.

Тема 4. Схемы подготовки веб-текстов

1. Типы контента (рекламный, образовательный, репутационный, коммуникационный, продающий). Рубрикатор и контент-план.
2. Приемы для создания заголовков. Формулы AIDA, ACCA и AARPA для написания текстов.
3. Формулы PMHS и ODC.

Тема 5. Графический контент для веб-текстов

1. Технология визуального оформления постов, stories, анимации и т.п.
2. Обработка графики для сайтов.
3. Графический контент в текстах для сайта.
4. Графический контент для интернет-магазинов.
5. Графический контент для продающих текстов.
6. Серверы, где искать качественные изображения.
7. Сервисы, помогающие обработать и создать визуальный контент.

Тема 6. Жизненный цикл контента

1. Модели жизненного цикла (линейная модель, каскадная модель, инкрементная модель, эволюционная модель, спиральная модель).
2. Фазы жизненного цикла.
3. Роль технического задания в процессе управления жизненным циклом.
4. Подходы формирования технического задания.
5. Порядок формирования функциональных и нефункциональных требований.
6. Обзор лучших практик управления и применения стандартов жизненного цикла.

Тема 7. Системы управления контентом

1. Классификация контента в задачах информационного обеспечения: архивирование контента, соблюдение нормативных требований, управление электронной почтой, управление контентно-ориентированными бизнес процессами, управление таксономией, обработка запросов, поддержка контактов, онлайн-поддержка пользователей.
2. Регистрация и аутентификация пользователей.
3. Управление документами: регистрация, контроль версий, безопасность, каталогизация.
4. Управление веб-контентом: автоматизация процессов веб-администрирования, управление динамическим контентом и взаимодействие с пользователями.
5. Управление записями. Управление движением и преобразованием в электронный вид бумажных документов.

2.1.2 Устный опрос. Вопросы для фронтального опроса

1. Средства массовой информации и коммуникации в компьютерной сети Интернет.
2. Сетевые СМИ.
3. Современные информационные войны.
4. Российский Интернет как инструмент политических технологий, его использование в реализации предвыборной кампании.
5. Интернет агитация.
6. Блоги как инструмент политического общения.

7. Информационные технологии как фактор оптимизации политического управления
8. Свойства и основные характеристики Интернета.
9. Низкая стоимость создания и тиражирования, обработки информации, нефиксированный объем; экстерриториальность (location-independence); коммуникационная модель many-to-many.
10. Мультимедийность как совместное использование нескольких средств передачи информации (звук, изображение, видео).
11. Гипертекстуальность как возможность нелинейной навигации и глобальной адресации к любому ресурсу.
12. Использование баз данных и автоматизация.
13. Интерактивность и обратная связь с пользователями (feedback). Определение интернет-СМИ.
14. Контент и специфика его создания в Интернете.
15. Слагаемые интернет-контента.
16. Текстовые документы, графика, мультимедиа и аудио- и видео-файлы
17. Контент-менеджмент как управление содержимым интернет-ресурса.
18. Основные приемы и методы управления контентом в Интернете.
19. Подходы к созданию содержания интернет-ресурса.
20. Виды контент менеджмента: копирайтинг, SEO копирайтинг.
21. Копирайтинг как профессиональное написание текстов для сайта с учетом целевой аудитории.
22. Основные задачи копирайтинга.
23. Профессиональный контент менеджмент, его слагаемые, принципы и результаты.
24. Задачи контент-менеджера: наполнение нового и существующего сайтов интернет-СМИ, копирайтинг, рерайтинг, поисковая оптимизация, редизайн.
25. Виды контент-менеджмента: периодический или постоянный, первичный.
26. SEO копирайтинг и его особенности.
27. Совместная работа копирайтера, SEO оптимизатора, PR-менеджера и маркетолога.

2.1.3 Дискуссии по вопросам для текущего контроля. Направления дискуссий.

1. Таргетированная реклама в социальных сетях.
2. Модели жизненного цикла информационных систем.
3. Уровни зрелости инфраструктуры предприятия.
4. Творческие и производственные аспекты программирования.
5. Типология программного продукта.
6. Методы промоушен канала.
7. Понятие и принципы верстки.
8. Медапланирование.
9. Программная сетка вещания: ее особенности и качество.
10. Акция канала как действенный метод привлечения внимания аудитории.
11. Контент-стратегия как инструмент коммуникации бренда с потребителями в социальных сетях
12. Виды контент-стратегий в социальных сетях
13. Инструменты привлечения подписчиков
14. Digital-маркетинг
15. Контент-план
16. Инструменты поиска веб-сайтов конкурентов
17. Методы обработки текстовой и графической информации.

2.1.4 Дискуссии по вопросам для текущего контроля. Тематика дискуссий.

1. Веб-райтинг, копирайтинг.
2. Жанры веб-журналистики.
3. Пресс-релизы, статьи, комментарии.
4. Правила написания текстов для веб-сайтов.
5. Продающие тексты.
6. Нюансы написания продающего текста.
7. Распространенная ошибка копирайтеров.
8. Схемы написания продающих текстов
9. Графический контент для продающих текстов.
10. Фотохостинг. Программы и сервисы для обработки графических изображений.
11. CMS. Платные и бесплатные CMS.
12. Хостинг. Доменное имя сайта. URL-сайт.

13. SEO-оптимизация контента.
14. SEO и поисковые системы.
15. Управление сообществами ВКонтакте.
16. Создание и оформление сообществ.
17. Ведение e-mail рассылок.
18. Платформа для рассылок.
19. Производство и распространение контента в Интернете.
20. Управление информационной поддержкой сайта. Типы актуализации информации.
21. Лидогенерация как направление в интернет-маркетинге.
22. Особенности работы партнерских программ.
23. Этапы разработки проектов в интернете.
24. Разработка прототипов корпоративного сайта.
25. Мобильный маркетинг.
26. Веб-аналитика и анализ эффективности рекламных кампаний.

2.1.5 Проектные задания по вопросам для текущего контроля

Студент выполняет комплект проектных заданий в течение изучения дисциплины и проводит публичную презентацию результатов в рамках практических занятий.

Задание 1. Разработать контент-стратегию для сообщества в любой соц. сети

Контент-стратегия подразумевает собой информационные сообщения разнообразных форматов и последовательность их публикаций в социальной сети. Для понимания закономерностей построения контент-плана студентам предложено задание на закрепление и отработку знаний о том, как формировать рубрики, как взаимодействовать с аудиторией, как составлять контент-план публикаций для сообщества и др.

Таблица 1. Рубрикатор для сообщества

Название рубрики	Темы рубрики	Аудитория	Инсайт	Ожидаемый отклик

Задание 2. Смоделировать экспериментальный контент-план для информационного канала

Таблица 2. Контент-план

Тестовые рубрики	Действие		Результат

Задание 3. Провести анализ конверсии и корректировки контент-плана и контент-стратегии для информационного канала

Таблица 3. Динамика показателей эффективности контент-стратегии

Месяц	Рубрика	Охват	Кол-во проголосовавших	Лайк	Репосты	Комментарий	Недостатки проделанной работы

2.2 Оценочные средства по дисциплине для промежуточной аттестации

2.2.1 Перечень вопросов для подготовки к экзамену

1. Определите роль модели в реализации жизненного цикла.
2. Жанры веб-журналистики.
3. Графический контент в текстах для сайта.
4. Принцип построения текста для интернет-магазина.
5. Продающий текст (специфика, технология создания, особенности восприятия).
6. Программы и сервисы для обработки графических изображений.
7. SEO и поисковые системы.
8. Схемы написания продающих текстов.
9. Форматы вещания.
10. Методы планирования и организации информационного вещания.
11. Контент-менеджмент: виды, задачи, специфика работы.
12. Системы электронного документооборота, использующие веб-интерфейс.
13. Принципы интеграции систем управления контентом с системами управления бизнес-процессами.
14. Критерии оценки системы правления веб-контентом.
15. Жизненный цикл контента: модели фазы.
16. Веб-рейтинг и копирайтинг.
17. Технологии распространения и продвижения веб-контента.
18. Семантический анализ текста.
19. Рубрикатор и контент-план.
20. Приемы для создания заголовков.
21. Формулы AIDA, ACCA и AARPA для написания текстов.
22. Формулы PMHS и ODC.
23. Механизмы управления документами.
24. Механизмы управления веб-контентом: автоматизация процессов веб-администрирования, управление динамическим контентом и взаимодействие с пользователями.
25. Управление записями.
26. Управление движением и преобразованием в электронный вид бумажных документов.
27. Документальная поддержка бизнес-процессов.
28. Технология визуального оформления постов, stories, анимации и т.п.
29. Основные приемы и методы управления веб-контентом.
30. Роль технического задания в процессе управления жизненным циклом.

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-4.1: Владеет законодательством Российской Федерации и иными нормативными правовыми актами, методическими и нормативными документами, регламентирующими деятельность средств массовой информации; историей России, новейшей истории и основами международной политики; корпоративными требованиями к продуктам телерадиовещательных СМИ; современными информационно-коммуникационными технологиями; информационной специализацией СМИ; конъюнктурой медийного рынка, мировыми тенденциями в медиаиндустрии	Студент определяет тип(ы) проекта(ов) для участия в них с учетом личностных, социальных и профессиональных интересов (социальные, направленные на развитие волонтерского движения; профессионально-ориентированные, направленные на самоопределение студентов и др.).	Студент адекватно осуществляет выбор типа проекта и степени (уровня) своего участия в проекте. Выражена готовность к сотрудничеству в различных группах (межпредметных) и определена ролевая позиция в группе по осуществлению проектов. Оптимально распределены обязанности по задачам и подзадачам в рамках цели проекта.
ПК-4.2: Применяет современные ИКТ для анализа информации из различных источников, определяет степень ее достоверности, ориентируется в новостном пространстве, информационном поле; планирует освещение значимых событий; находит информацию, выявляет и использует различные источники информации; анализирует социально значимые процессы и явления и по результатам анализа выделяет ключевые моменты в исходном материале для последующего использования в новом продукте; прогнозирует успешность будущего медиапродукта	Студент придерживается установленного графика в процессе создания журналистского текста и (или) продукта	Студент полностью придерживается установленного графика в процессе создания журналистского текста и (или) продукта

3.3 Шкала перевода баллов по дисциплинам с оценкой (экзамен или дифференцированный зачет) 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	A
86-95	отлично	B
71 – 85	хорошо	C
61 – 70	хорошо	D
51 – 60	удовлетворительно	E
0 – 50	неудовлетворительно	EX