

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И
ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ»**

Алтайский филиал

УТВЕРЖДЕНО

Решением Ученого совета
Алтайского филиала РАНХиГС

Протокол № 8 от 29 апреля 2021 года

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«Медиаменеджмент и связи с общественностью в государственных и бизнес-
структурах»

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.12 SMM - продвижение социально значимых проектов

Магистр

42.04.05 Медиакоммуникации

Год набора – 2022

Барнаул, 2021 г.

Автор(ы)–составитель(и):

Шмаков Артём Алексеевич, к.фил.н., и.о. заведующего кафедрой
медиакоммуникаций, русского языка и риторики

и.о. заведующего кафедрой медиакоммуникаций, русского языка и риторики,
к.фил.н. Шмаков Артем Алексеевич

Показатели и критерии оценивания компетенций с учетом этапа их формирования

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
УК-1	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-1.1	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций в сфере медиапотребления и продвижения социально значимых проектов и осуществлять поиск возможных вариантов решения проблемы с использованием системного подхода
		УК-1.2	Способен осуществлять поиск и анализ информации, требуемой для разработки стратегии действий по решению проблем
ОПК-6	Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ОПК-6.1	Способен оценивать потенциальные риски и угрозы безопасности при осуществлении продвижения социально значимых проектов
		ОПК-6.2	Способен отслеживать глобальные тенденции модернизации технических средств и информационно-коммуникационных технологий для осуществления профессиональной деятельности

Компонент компетенции	Индикатор оценивания	Критерий оценивания
УК-1.1	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций в сфере медиапотребления и продвижения социально значимых проектов и осуществлять поиск возможных вариантов решения проблемы с использованием системного подхода	Владеет основами системного подхода для выявления проблем развития в сфере медиапотребления и продвижения социально значимых проектов, оценивает эффективность принятых решений
УК-1.2	Способен осуществлять поиск и анализ информации, требуемой для разработки стратегии действий по решению проблем	Умеет осуществлять поиск и анализ информации для выработки стратегии решения поставленных задач, применять системный подход
ОПК-6.1	Способен оценивать потенциальные риски и угрозы безопасности при осуществлении продвижения социально значимых проектов	Владеет навыками оценки потенциальных рисков и угроз безопасности при осуществлении продвижения социально значимых проектов

Компонент компетенции	Индикатор оценивания	Критерий оценивания
ОПК-6.2	Способен использовать современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	Успешно использует для решения профессиональных задач современные технические средства и информационные технологии.

УК-1.1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций в сфере медиапотребления и продвижения социально значимых проектов и осуществлять поиск возможных вариантов решения проблемы с использованием системного подхода

1. Задание на множественный выбор (один правильный ответ): (РПД, стр.7)

Выберите один вариант ответа:

Комплекс мероприятий по использованию социальных медиа в качестве каналов для продвижения компаний или бренда и решения других бизнес-задач – это ...

1. маркетинг в асоциальных сетях
2. менеджмент в социальных сетях
3. маркетинг в социальных сетях

Ответ: 3

2. Задание на установление соответствия: (РПД, стр.7)

Соотнесите термины и их определения:

1. SMM (Social Media Marketing)	А. страница в социальной сети (например, ВКонтакте) с личными данными пользователя, фотографиями, видео.
2. Аккаунт	В. маркетинг в социальных сетях. Продвижение компании, бренда или продукта через соцсети.
3. Активность (взаимодействие)	С. любые действия подписчиков под постом в соцсетях: лайк, репост, комментарий. Это одна из основных метрик в SMM.

Ответ: 1В 2А 3С

3. Задание на последовательность: (РПД, стр.7)

Расположите этапы разработки SMM-стратегии в хронологическом порядке:

1. Составление контент-плана
2. Постановка цели и задач
3. Разработка рекламы
4. SWOT-анализ бизнеса

Ответ: 2413

4. Задание с развернутым ответом: (РПД, стр.8)

Дайте определение понятию «SMM-стратегия».

Эталонный ответ: SMM-стратегия – это план достижения бизнес-целей компании при помощи социальных сетей, который поможет определить цели присутствия в общественных медиа, пути их достижения, расставить приоритеты и спрогнозировать потенциальный эффект и не свернуть с намеченного маршрута.

Критерии оценивания: студент должен сформулировать определение таким образом, чтобы отразить объем и содержание понятия. Допускается изменение формулировки, предложенной в эталонном ответе.

5. Задание на дополнение: (РПД, стр.9)

Вставьте пропущенное слово:

_____ социальных медиа — поиск, анализ упоминаний о бренде и его конкурентах, своевременное реагирование на комментарии. Осуществляется с помощью специальных сервисов.

Ответ: Мониторинг.

УК-1.2 Способен осуществлять поиск и анализ информации, требуемой для разработки стратегии действий по решению проблем

6. Задание с выбором из нескольких ответов (множественный выбор): (стр. РПД 6)

Укажите один правильный ответ:

Проект отличается от процессной деятельности тем, что ...

1. проект является непрерывной деятельностью, а процесс — единоразовым мероприятием
2. проект поддерживает неизменность организации, а процессы способствуют ее изменению
3. процессы в организации цикличны, они повторяются, а проект — уникален, он всегда имеет дату начала и окончания
4. процессы в организации регламентируются документально, проекты не требуют документального оформления

Ответ: 3

7. Задание с выбором из нескольких ответов (множественный выбор): (стр. РПД 6)

Укажите один правильный ответ:

Для каких целей информация о проекте нужна менеджеру проекта?

- A. для анализа расхождений фактических показателей выполнения работ от запланированных и принятия решений по проекту.
- B. для осведомленности о ходе выполнения работ.
- C. для принятия стратегических решений о продолжении или закрытии проекта.
- D. для получения заданий и формирования отчетности.

Ответ: A

8. Задание на установление соответствия: (стр. РПД 6)

Соотнесите понятие и его определение:

1. Окружение проекта	A. совокупность проектных работ, продуктов и услуг, производство которых должно быть обеспечено в рамках осуществляемого проекта
2. Предметная область проекта	B. среда проекта, порождающая совокупность внутренних или внешних сил, которые способствуют или мешают достижению цели проекта
3. Фаза проекта	C. набор логически взаимосвязанных работ проекта, в процессе завершения которых достигается один из основных результатов проекта

Ответ: 1B 2A 3C

9. Задание на установление соответствия: (стр. РПД 6)

Соотнесите названия участников проекта и их роли в процессе работы над проектом:

1. Заказчик	А. сторона, заинтересованная в осуществлении проекта и достижении его целей. Будущий владелец результатов проекта.
2. Инициатор проекта	В. лицо, ответственное за управление проектом.
3. Спонсор (куратор) проекта	С. сотрудник, который идентифицирует потребность в проекте и вносит «предложение» об инициации проекта. Этот человек может быть представителем любого функционального подразделения или уровня внутри или вне организации.
4. Менеджер проекта (руководитель проекта)	Д. сотрудник (как правило, руководитель высшего звена) организации, реализующей проект, который курирует проект со стороны организации (владельца проекта), обеспечивает общий контроль и поддержку проекта (финансовые, материальные, человеческие и другие ресурсы).

Ответ: 1А 2С 3D 4В

10. Задание на установление правильной последовательности: (стр. РПД 7)

Определите последовательность в иерархической структуре целей и задач (от большего к меньшему):

1. Стратегическая цель
2. Миссия
3. Оперативные задачи
4. Тактические цели

Ответ: 2134

11. Задание на установление правильной последовательности: (стр. РПД 7)

Определите последовательность процессов определения целей и задач для участников медиапроекта (от начального до конечного этапа):

1. Структурирование
2. Формулирование
3. Фиксация
4. Согласование

Ответ: 2143

12. Задание с развернутым ответом: (стр. РПД 7)

Дайте определение понятию «краудфандинг».

Эталонный ответ: краудфандинг – это метод финансирования проектов, идей или предприятий, при котором деньги собираются с большого числа людей, обычно через интернет-платформы или специализированные сайты.

Критерии оценивания: студент должен сформулировать определение таким образом, чтобы отразить объем и содержание понятия. Допускается изменение формулировки, предложенной в эталонном ответе.

13. Задание с развернутым ответом: (стр. РПД 7)

Дайте определение понятию «участники проекта».

Эталонный ответ: Участники проекта – это физические лица и организации, которые непосредственно вовлечены в проект или чьи интересы могут быть затронуты при осуществлении проекта.

Критерии оценивания: студент должен сформулировать определение таким образом, чтобы отразить объем и содержание понятия. Допускается изменение формулировки, предложенной в эталонном ответе.

ОПК-6.1 Способен оценивать потенциальные риски и угрозы безопасности при осуществлении продвижения социально значимых проектов

14. Задание на множественный выбор (один правильный ответ): (РПД, стр.7)

Выберите один вариант ответа:

Одна из основных стратегий привлечения социальных сетей в качестве инструментов маркетинга

1. мягкий подход
2. пассивный подход
3. наглый подход

Ответ: 2

15. Задание на установление соответствия: (РПД, стр.7)

Соотнесите термины и их определения:

1. Таргетинг (таргетированная реклама)	А. виртуальный собеседник, программа, которая создана для имитации поведения человека при общении с другими людьми.
2. Целевая аудитория (ЦА)	В. метод, который позволяет показывать рекламу целевой аудитории по заданным параметрам. Например, можно настроить показ рекламы для родителей детей до 7 лет при продвижении детской парикмахерской.
3. Чат-бот	С. это группа людей, которая может быть заинтересована в покупке товара или услуги.

Ответ: 1В 2С 3А

16. Задание на последовательность: (РПД, стр.7)

Расположите этапы разработки SMM-стратегии в хронологическом порядке:

1. Анализ целевой аудитории.
2. Постановка цели и задач.
3. Составление итогового контент-плана.
4. Поиск каналов для продвижения.

Ответ: 2143

17. Задание с развернутым ответом: (РПД, стр.8)

Дайте определение понятию «Социальные медиа».

Эталонный ответ: Социальные медиа – социальные сети, блог-платформы, видео-хостинги, форумы, где пользователи могут размещать контент, выражать свое мнение о нем и общаться между собой.

Критерии оценивания: студент должен сформулировать определение таким образом, чтобы отразить объем и содержание понятия. Допускается изменение формулировки, предложенной в эталонном ответе.

18. Задание на дополнение: (РПД, стр.9)

Вставьте пропущенное слово:

_____ брендинг – это один из инструментов SMM-маркетинга. Продвижение через личный бренд руководителя (или личные бренды сотрудников), знакомство с командой, проектами, истории успеха.

Ответ: Персональный.

ОПК-6.2 Способен отслеживать глобальные тенденции модернизации технических средств и информационно-коммуникационных технологий для осуществления профессиональной деятельности

19. Задание на множественный выбор (один правильный ответ): (РПД, стр.7)

Какая рекламная цель SMM-кампании важна, если необходимо, чтобы о компании узнало как можно больше людей:

1. конверсии
2. лидогенерация
3. вовлеченность

Ответ: 3

20. Задание на установление соответствия: (РПД, стр.7)

Соотнесите термины и их определения:

1. Блогер	А. материал, который размещается в социальных сетях. Например, фотография или видеозапись.
2. Влог	В. популярный пользователь, который публикует контент у себя в аккаунте.
3. Контент	С. блог с видеоконтентом

Ответ: 1В 2С 3А

21. Задание на последовательность: (РПД, стр.7)

Расположите понятия от частного к общему:

1. Контент-план
2. Публикации за неделю
3. Пост
4. Лид-абзац

Ответ: 4321

22. Задание с развернутым ответом: (РПД, стр.8)

Дайте определение понятию «модерация».

Эталонный ответ: Модерация – проверка постов или комментариев на предмет их соответствия тематике группы, а также правилам оформления публикаций.

Критерии оценивания: студент должен сформулировать определение таким образом, чтобы отразить объем и содержание понятия. Допускается изменение формулировки, предложенной в эталонном ответе.

23. Задание на дополнение: (РПД, стр.9)

Вставьте пропущенное слово:

Продвижение в социальных сетях позволяет точно воздействовать на _____ аудиторию.

Ответ: целевую.