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 от «29» апреля 2021 г. № 8

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«Медиакоммуникации»

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.02.01 Инфотеймент, эдьютеймент и сайнстеймент: приемы и тактики
(код и наименование РПД)

Бакалавр
(уровень образования)
42.03.05. Медиакоммуникации
Профиль «Медиакоммуникации и продвижение в цифровой среде»
(код, наименование направления подготовки/специальности)

Год набора - 2022

Барнаул, 2021 г.

Документ подписан электронной подписью
Сертификат 0445A07A004BB0E9904E8660F1D88A32BA
Владелец: Панарин Игорь Анатольевич
Действителен с 26.07.2023 г. по 26.10.2024 г.

Автор(ы)–составитель(и):

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

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
ПК-1	Способность ориентироваться в жанрах, форматах, технологических платформах передачи медиапродукции и способность выбирать их сообразно запросам аудитории	ПК-1.5	Способен выбирать жанры, форматы, технологические платформы передачи медиапродукции сообразно запросам аудитории
ПК-4	способность определять мультимедийные и интерактивные средства для достижения коммуникативных задач клиента / заказчика	ПК-4.5	Способен участвовать в определении мультимедийных и интерактивных средств, используя знания теоретического содержания данных понятий и способов достижения коммуникационных задач клиента.

Компонент компетенции	Индикатор оценивания	Критерий оценивания
ПК-1.5	Выбирает жанры, форматы, технологические платформы для создания и передачи видеопродукции сообразно запросам аудитории	В полной мере владеет навыками выбора жанров, форматов, технологических платформ для создания и передачи видеопродукции сообразно запросам аудитории
ПК-4.5	В полной мере владеет знаниями теоретического содержания понятий мультимедийных и интерактивных средств и способов достижения коммуникационных задач клиента.	Успешно демонстрирует способности участвовать в определении мультимедийных и интерактивных средств.

ПК-1.5 Способен выбирать жанры, форматы, технологические платформы передачи медиапродукции сообразно запросам аудитории

1. Укажите, что к жанрам сайнстеймента НЕ относится (Выберите один вариант ответа) РПД, стр.7:

1. Science Slam
2. научный стендап
3. медиаподкасты
4. статья в научном журнале

Ответ: 4

2. Соотнесите термины и их определения: (РПД, стр.7)

A. Блогер	1. материал, который размещается в социальных сетях. Например, фотография или видеозапись.
B. Влог	2. популярный пользователь, который публикует контент у себя в аккаунте.
C. Репост	3. блог с видеоконтентом
D. Контент	4. механизм, при помощи которого можно разместить чужой пост на своей странице в социальной сети

A	B	C	D

Ответ: 2341

3. Расположите понятия от частного к общему: (РПД, стр.7)

1. Контент-план
2. Все публикации за неделю
3. Пост
4. Комментарий к посту

Ответ: 4321

4. Дайте определение понятию «инфотеймент» (РПД, стр.8)

Эталонный ответ: Инфотейнмент – это стиль преподнесения информации, в котором важная и сложная для восприятия информация представлена в развлекательном формате.

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

5. Вставьте пропущенное слово: (РПД, стр.9)

_____ - это понятие, которое обозначает «обучение через развлечение» и предполагает внедрение игровых практик в традиционные форматы.

Ответ: Эдьютеймент.

ПК-4.5 Способен участвовать в определении мультимедийных и интерактивных средств, используя знания теоретического содержания данных понятий и способов достижения коммуникационных задач клиента

6. Укажите, какая характеристика продвижения контента важна, если необходимо, чтобы о нем узнало как можно больше людей. Выберите один вариант ответа (РПД, стр.7):

1. конверсии
2. лидогенерация
3. вовлеченность

Ответ: 3

7. Соотнесите термины и их определения (РПД, стр.7):

A. Контент-план	1. запись (текст, изображение, видео), опубликованная в социальной сети.
B. Охват	2. график публикаций контента в социальных сетях
C. Пост	3. количество уникальных пользователей, которые посмотрели

	рекламное объявление. Например, одно объявление было показано одному пользователю 3 раза.

A	B	C

Ответ: 231

8. Расположите этапы разработки стратегии продвижения контента в хронологическом порядке (РПД, стр.7):

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

Ответ: 2143

9. Дайте определение понятию «Социальные медиа». (РПД, стр.8)

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.

10. Вставьте пропущенную аббревиатуру (РПД, стр.9):

Пользовательский контент в маркетинге в социальных сетях обозначают аббревиатурой _____.

Ответ: UGC.