Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Максимов Алексей Борисович
Должность: директор департамента по образовательной политике
Дата подписания: 17.09.2025 10:30:15
Уникальный программный ключ:
8db180d1a3f02ac9e60521a5672742735c18b1d6

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХ)

Факультет Экономики и управления

УТВЕРЖДАЮ
Декан
_____ /А.В. Назаренко/
«27» февраля 2025

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Блоггинг»

Направление подготовки

42.03.01«Реклама и связи с общественностью»

Профиль

«Реклама и связи с общественностью в цифровых медиа»

Квалификация
Бакалавр

Формы обучения
Очная, очно-заочная, заочная

Москва 2025 г.

Разработчик(и):

Старший реподаватель кафедры РиСОМ  /Е.В. Федоровская/

Согласовано:
Заведующий кафедрой РиСОМ,
к.э.н., доцент  Ю.О. Алтунина

Руководитель образовательной программы
Заведующий кафедрой РиСОМ,
к.э.н., доцент  Ю.О. Алтунина

Содержание

1. Цели, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине 4
2. Место дисциплины в структуре образовательной программы 4
3. Структура и содержание дисциплины 5
3.1 Виды учебной работы и трудоемкость 5
3.2 Тематический план изучения дисциплины 6
3.3 Содержание дисциплины 9
3.4 Тематика семинарских/практических и лабораторных занятий 9
3.5 Тематика курсовых проектов (курсовых работ) 10
4. Учебно-методическое и информационное обеспечение 10
4.1 Нормативные документы и ГОСТы 10
4.2 Основная литература 10
4.3 Дополнительная литература 10
4.4 Электронные образовательные ресурсы 11
4.5 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение 11
4.6 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы 11
4.7 Применение ИИ в процессе обучения 11
5. Материально-техническое обеспечение 11
6. Методические рекомендации 12
6.1 Методические рекомендации для преподавателя по организации обучения 12
6.2 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины 13
7. Фонд оценочных средств 14
7.1 Методы контроля и оценивания результатов обучения 14
7.2 Шкала и критерии оценивания результатов обучения 14
7.3 Оценочные средства 15

1. Цели, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине

Целью освоения дисциплины «Блоггинг» является формирование у обучающихся представления о блоггинге как маркетинговом инструменте, его особенностях функционирования, воздействия на аудиторию, возможностях продвижения различных объектов.

Задачи курса:

- ознакомить обучающихся с разновидностями блогов и платформ для их ведения
- сформировать представление о стратегии ведения блога
- изучить способы продвижения блогов на коммерческой и некоммерческой основе
- изучить методы получения статистической информации о блоге

Обучение по дисциплине «Блоггинг» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код и наименование компетенций	Индикаторы достижения компетенции
УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	**ИУК-1.1**. Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие **ИУК-1.2.** Осуществляет поиск, критически оценивает, обобщает, систематизирует и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи **ИУК-1.3**. Рассматривает и предлагает рациональные варианты решения поставленной задачи, используя системный подход, критически оценивает их достоинства и недостатки

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока Б1 «Дисциплины (модули)».

Изучение данной дисциплины базируется на следующих дисциплинах, прохождении практик:

Основы медиалогии;
Основы медиаисследований;
Информационные технологии медиаанализа;
Основы кодирования и программирования в интернет-маркетинге;
Базы данных в цифровых медиа;
Основы рекламы;
Основы связей с общественностью;
Основы интегрированных коммуникаций;
Медиапланирование;
Управление репутацией бренда;
Основы визуальных коммуникаций;
Управление контентом в социальных сетях..

3. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 144 зачетных(е) единиц(ы) (часов).

3.1 Виды учебной работы и трудоемкость
(по формам обучения)

3.1.1. Очная форма обучения

№ п/п	Вид учебной работы	Количество часов	Семестры	
				8
1	**Аудиторные занятия**	**54**		54
	В том числе:			
1.1	Лекции	18		18
1.2	Семинарские/практические занятия	36		36
1.3	Лабораторные занятия			
2	**Самостоятельная работа**	**90**		90
	В том числе:			
2.1	Курсовая работа			
2.2	Подготовка к семинарским/практическим занятиям	72		72
2.3	Подготовка рефератов			
2.4	Подготовка к тестированию			
3	**Промежуточная аттестация**	**18**		18
	Зачет/диф.зачет/экзамен			экзамен
	Итого	**144**		144

3.1.2. Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Вид учебной работы	Количество часов	Семестры	
				9
1	**Аудиторные занятия**	**54**		54
	В том числе:			
1.1	Лекции	18		18
1.2	Семинарские/практические занятия	36		36
1.3	Лабораторные занятия			
2	**Самостоятельная работа**	**90**		90
	В том числе:			
2.1	Курсовая работа			
2.2	Подготовка к семинарским/практическим занятиям	72		72
2.3	Подготовка рефератов			
2.4	Подготовка к тестированию			
3	**Промежуточная аттестация**	**18**		18
	Зачет/диф.зачет/экзамен			экзамен
	Итого	**144**		144

3.1.3. Заочная форма обучения

№ п/п	Вид учебной работы	Количество часов	Семестры	
				10
1	**Аудиторные занятия**	**24**		24
	В том числе:			
1.1	Лекции	6		6
1.2	Семинарские/практические занятия	18		18
1.3	Лабораторные занятия			
2	**Самостоятельная работа**	**120**		120
	В том числе:			
2.1	Курсовая работа			
2.2	Подготовка к семинарским/практическим занятиям	100		100
2.3	Подготовка рефератов			
2.4	Подготовка к тестированию	20		20
3	**Промежуточная аттестация**			
	Зачет/диф.зачет/экзамен			экзамен
	Итого	**144**		144

3.2 Тематический план изучения дисциплины

(по формам обучения)

3.2.1. Очная форма обучения

№ п/п	Разделы/темы дисциплины	Трудоемкость, час					
		Всего	Аудиторная работа				Самостоятельная работа
			Лекции	Семинарские/практические занятия	Лабораторные занятия	Практическая подготовка	
1	Раздел 1. Блоггинг, как явление диджитал-среды						
1.1	Блоггинг. Понятие, история возникновения и развития блогосферы	12	2	2			8
1.2	Особенности блогосферы: распространение информации, платформы, аудитории и их взаимодействие	15	1	4			10
1.3	Тренды блогосферы: работа с блогом, визуальные тренды	15	2	3			10
2	Раздел 2. Инструментарий при работе с блогосферой						
2.1	Специфика работы с блогерами	16	2	4			10
2.2	Особенности работы с аккаунтом: формирование аккаунта, разработка	24	3	7			14

	стратегии продвижения в социальных сетях						
2.3	Особенности конкурентного анализа в блогосфере. Бенчмаркинг	16	2	4			10
3	Раздел 3. Выстраивание присутствия бренда в блогосфере						
3.1	Ведение социальных сетей для B2B-проектов	16	2	4			10
3.2	Типологизация видов контента в социальных сетях и их особенности	21	3	6			12
3.3	Виртуальные блогеры, внедрение цифровых персонажей	9	1	2			6
	Итого	**144/4**	**18**	**36**			**90**

3.2.2. Очно-заочная форма обучения

№ п/п	**Разделы/темы дисциплины**	**Трудоемкость, час**					
		Всего	**Аудиторная работа**				**Самостоятельная работа**
			Лекции	Семинарские/ практические занятия	Лабораторные занятия	Практическая подготовка	
1	Раздел 1. Блоггинг, как явление диджитал-среды						
1.1	Блоггинг. Понятие, история возникновения и развития блогосферы	12	2	2			8
1.2	Особенности блогосферы: распространение информации, платформы, аудитории и их взаимодействие	15	1	4			10
1.3	Тренды блогосферы: работа с блогом, визуальные тренды	15	2	3			10
2	Раздел 2. Инструментарий при работе с блогосферой						
2.1	Специфика работы с блогерами	16	2	4			10
2.2	Особенности работы с аккаунтом: формирование аккаунта, разработка стратегии продвижения в социальных сетях	24	3	7			14
2.3	Особенности конкурентного анализа в блогосфере. Бенчмаркинг	16	2	4			10
3	Раздел 3. Выстраивание присутствия бренда в блогосфере						
3.1	Ведение социальных сетей для B2B-проектов	16	2	4			10

3.2	Типологизация видов контента в социальных сетях и их особенности	21	3	6			12
3.3	Виртуальные блогеры, внедрение цифровых персонажей	9	1	2			6
	Итого	**144/4**	**18**	**36**			**90**

3.2.2. Заочная форма обучения

№ п/п	**Разделы/темы дисциплины**	**Трудоемкость, час**					
		Всего	**Аудиторная работа**				**Самостоятельная работа**
			Лекции	Семинарские/ практические занятия	Лабораторные занятия	Практическая подготовка	
1	Раздел 1. Блоггинг, как явление диджитал-среды						
1.1	Блоггинг. Понятие, история возникновения и развития блогосферы	10,5	0,5	2			8
1.2	Особенности блогосферы: распространение информации, платформы, аудитории и их взаимодействие	19	1	2			16
1.3	Тренды блогосферы: работа с блогом, визуальные тренды	16,5	0,5	2			14
2	Раздел 2. Инструментарий при работе с блогосферой						
2.1	Специфика работы с блогерами	18,5	0,5	2			16
2.2	Особенности работы с аккаунтом: формирование аккаунта, разработка стратегии продвижения в социальных сетях	22,5	1,5	3			18
2.3	Особенности конкурентного анализа в блогосфере. Бенчмаркинг	16,5	0,5	2			14
3	Раздел 3. Выстраивание присутствия бренда в блогосфере						
3.1	Ведение социальных сетей для B2B-проектов	14,5	0,5	2			12
3.2	Типологизация видов контента в социальных сетях и их особенности	18,5	0,5	2			16
3.3	Виртуальные блогеры, внедрение цифровых персонажей	7,5	0,5	1			6
	Итого		**6**	**18**			**120**

3.3 Содержание дисциплины

Раздел 1. Блоггинг, как явление диджитал-среды.

Тема 1. Блоггинг. Понятие, история возникновения и развития блогосферы.

Целью изучения данной темы является изучение сути блогосферы, как одного из важных каналов коммуникации в Digital-среде на сегодняшний день; этапы развития, становления и распространения сферы блогинга.

Тема 2. Особенности блогосферы: распространение информации, платформы, аудитории и их взаимодействие. Целью данной темы является изучение разновидностей платформ для создания блогов, типологизация аудитории относительно этих платформ и возможности использования.

Тема 3. Тренды блогосферы: работа с блогом, визуальные тренды. Целью изучения указанной темы является выявление наиболее актуальных течений в блогосфере, анализ эффективных способов взаимодействия с аудиторией на платформе социальных сетей, изучение трендов в области визуальных коммуникаций, как важной составляющей.

Раздел 2. Инструментарий при работе с блогосферой

Тема 1. Специфика работы с блогерами. Целью изучения данной темы является понимание специфики работы с лидерами мнений в блогосфере, приобретение навыка поиска и взаимодействия с ними, составления технического задания для блогера.

Тема 2. Особенности работы с аккаунтом: формирование аккаунта, разработка стратегии продвижения в социальных сетях. Целью изучения данной темы является получение базовых навыков разработки стратегии присутствия и деятельности бренда в социальных сетях, изучение методов продвижения аккаунта/канала, инструментов, предлагаемых блогосферой.

Тема 3.Особенности конкурентного анализа в блогосфере. Бенчмаркинг.

Целью изучения данной темы является рассмотрение метода бенчмаркинга, как эффективного способа конкурентного анализа, удобного в применении при анализе деятельности конкурентов в блогосфере.

Раздел 3. Выстраивание присутствия бренда в блогосфере.

Тема 1. Ведение социальных сетей для B2B-проектов. Целью изучения данной темы является получение навыков ведения коммерческих аккаунтов на рынке «Business to Business», изучение методов продвижения и особенностей работы в социальных сетях со «сложными» сферами, ввиду повышения актуальности и популярности использования блогосферы для продвижения и повышения уровня лояльности для B2B-проектов.

Тема 2.Типологизация видов контента в социальных сетях и их особенности.

Целью изучения данной темы является выявление сформированных типов контента, использующихся в блогосфере. Это позволит выработать навык грамотного использования типа контента в соответствии с ситуацией.

Тема 3. Виртуальные блогеры, внедрение цифровых персонажей. Целью рассмотрения данной темы является изучение современных инструментов взаимодействия с аудиторией в блогосфере: посредством введения цифровых персонажей с целью их коммерциализации.

3.4 Тематика семинарских/практических и лабораторных занятий

3.4.1. Семинарские/практические занятия

Тема 1. Блоггинг. Понятие, история возникновения и развития блогосферы;

Тема 2. Особенности блогосферы: распространение информации, платформы, аудитории и их взаимодействие;

Тема 3. Тренды блогосферы: работа с блогом, визуальные тренды;
Тема 4. Специфика работы с блогерами;
Тема 5. Особенности работы с аккаунтом: формирование аккаунта, разработка стратегии продвижения в социальных сетях;
Тема 6. Особенности конкурентного анализа в блогосфере. Бенчмаркинг;
Тема 7. Ведение социальных сетей для B2B-проектов;
Тема 8. Типологизация видов контента в социальных сетях и их особенности;
Тема 9. Виртуальные блогеры, внедрение цифровых персонажей.

3.4.2. Лабораторные занятия

не предусмотрено

3.5 Тематика курсовых проектов (курсовых работ)

не предусмотрено

4. Учебно-методическое и информационное обеспечение

4.1 Нормативные документы и ГОСТы

1. Конституция РФ.
2. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ “О рекламе”.

4.2 Основная литература

1. Калмыков, А.А. Интернет-журналистика / А.А. Калмыков, Л.А. Коханова. – Москва : Юнити-Дана, 2015 – 383 с. : схем., ил. – (Медиаобразование). – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436712 (дата обращения: 04.12.2022). – Библиогр.: с. 335-339. – ISBN 5-238-00771-X. – Текст : электронный
2. Кортни-Смит, Н. Блог на миллион долларов / Н. Кортни-Смит ; ред. О. Улантикова; пер. с англ. К. Артамоновой. – Москва : Альпина Паблишер, 2018 – 314 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495613 (дата обращения: 04.09.2023). – ISBN 978-5-9614-6689-8. – Текст : электронный.

4.3 Дополнительная литература

1. Шпаковский, В.О. Интернет-журналистика и Интернет-реклама / В.О. Шпаковский, Н.В. Розенберг, Е.С. Егорова. – Москва ; Вологда : Инфра-Инженерия, 2018 – 248 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493883 04.12.2022). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-9729-0202-6. – Текст : электронный.Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг /

2. Шарков Ф.И. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016 – 324 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453044 04.09.2023). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-00792-7. – Текст : электронный.

4.4 Электронные образовательные ресурсы

Не предусмотрен

4.5 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение

Доступ через интернет к бесплатным интернет-сервисам для анализа интернет-страниц и деятельности аккаунтов.

4.6 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Поисковые системы в интернете (Yandex).

4.7 Применение ИИ в процессе обучения

Современный студент должен уметь эффективно применять технологии и инструменты ИИ, используемые для поиска информации, выбора и применения данных, генерации идей и объектов, создаваемых ИИ, но при этом соответствовать кодексу этики в сфере ИИ и авторского права, критически оценивать полученные результаты, проверять достоверность источников и адаптировать материал под конкретные учебные задачи. Преподаватель формирует у обучающегося следующие навыки: выбора систем ИИ по назначению и для предметной области, определяемой учебной дисциплиной с учетом жизненного цикла систем ИИ, на основе принципа максимизации пользы человеку; добровольное и добросовестное информирование о применении ИИ, навык маркировки применения ИИ; соблюдения положения законодательства, регулирующего использование ИИ; ответственности через осознание универсальной личной обязанности этического использования систем ИИ, влекущего последствия применения ИИ; поиск лучших практик применения ИИ в предметной области, формируемой учебной дисциплиной, коллаборацией вузов и индустриальными партнерами; понимания набора данных, алгоритмов и методов обработки данных, применяемые для группирования, классификации, типизации и определения факторов; осмысленной работы с искусственным интеллектом, избегая бездумного копирования готовых решений прикладных задач.

5. Материально-техническое обеспечение

1. Лекционная аудитория, аудитория для групповых и индивидуальных консультаций (учебный корпус, расположенный по адресу Москва, ул. Прянишникова 2А; ул. Большая Семеновская, 38).

2 Аудитория для проведения практических и семинарских занятий, текущего контроля и промежуточной аттестации.

3 Актовый зал. Аудитория для лиц с ОВЗ.

4 Компьютерный класс, аудитория для самостоятельной работ. Библиотека, читальный зал.

6. Методические рекомендации

6.1 Методические рекомендации для преподавателя по организации обучения

В соответствии с требованиями ФГОС ВО при проведении лекционных и практических занятий, текущей и итоговой аттестации по дисциплине «Блоггинг» предусмотрено использование современных образовательных технологий, а также активных и интерактивных форм проведения занятий в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

Преподавание теоретического (лекционного) материала по дисциплине «Блоггинг» осуществляется по последовательно-параллельной схеме на основе междисциплинарной интеграции и четких междисциплинарных связей в рамках ОПОП и рабочего учебного плана по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Лекции должны отвечать требованиям содержательности, информативности и иметь достаточный научный потенциал. В лекции важно использовать следующие приемы:

1) от известного к неизвестному;

2) от простого к сложному;

3) от конкретного к абстрактному.

Подробное содержание отдельных разделов дисциплины «Блоггинг» рассматривается в рамках рабочей программы.

Тематика практических занятий по разделам дисциплины и видам занятий отражена в рабочей программе. Особенной формой практических занятий выступают практические задания, как правило, разбор кейсов. В них наилучшим образом воспроизводится реальная профессиональная подготовка и деятельность обучающихся.

Это достигается имитацией в образовательном процессе различных, динамично протекающих служебных, производственных и других профессиональных ситуаций, когда необходимо теоретические знания перевести в практическую плоскость.

Методика проведения практических занятий зависит от изучаемой темы, и преподаватель выбирает наиболее удобную форму его проведения.

В начале занятия объявляется тема, указывается её актуальность, практическая значимость и взаимосвязь с другими дисциплинами. Начинать занятия рекомендуется с разбора лекционного материала. После обсуждения отдельного вопроса обязательно следует делать обобщение или небольшой вывод, показать недостатки и положительные моменты в ответе обучающегося, разъяснять вопрос, который вызвал наибольшую сложность при ответе.

Преподаватель должен быть достаточно эмоционален в процессе всего процесса обучения, разрешать и не допускать конфликты, создавать обстановку сотрудничества и конкуренции одновременно, обеспечивать соблюдение личностных прав обучающихся.

При чтении курса лекций и проведении практических занятий необходимо придерживаться определённых принципов:

- многообразия и эффективности дидактического материала;
- партнерства, сотрудничества с обучающимися;
- смещения роли преподавателя с трансляции знаний к организации процесса их добывания;
- впитывания достижений педагогической науки, опыта, накопленного коллегами;
- творчества;
- прагматизма, планирование результатов обучения с точки зрения формирования у студентов навыков анализа и выработки моделей поведения.

Преподаватель во время проведения практических занятий должен прогнозировать развитие дискуссии и корректировать ее ход, акцентируя те моменты, на рассмотрение которых он хотел бы направлять обсуждение.

Перечень основной и дополнительной литературы и нормативных документов, а также электронных ресурсов, необходимых в ходе преподавания дисциплины «Блоггинг» приведен в настоящей рабочей программы. Предлагаемый в рабочей программе список литературных источников будет полезен не только для обучающихся, но и для преподавателей.

Преподавателю следует ориентировать обучающихся на использование при подготовке к текущей и итоговой аттестации по дисциплине результатов наиболее поздних исследований в области маркетинга.

Контроль успеваемости обучающихся проводится на основании проверки успешности сдачи контрольных точек. Текущий контроль может проводиться в ходе опросов на практических занятиях с целью определения степени усвоения учебного материала, своевременного вскрытия недостатков в подготовке обучающихся и принятия необходимых мер по совершенствованию методики преподавания дисциплины, организации работы обучающихся в ходе занятий и оказания им индивидуально помощи.

Экзамен проводится в период экзаменационной сессии, после изучения всей дисциплины в соответствии с рабочим учебным планом и годовым графиком учебного процесса. Главная задача экзамена состоит в выяснении и объективной оценке глубины и прочности знаний и практических навыков обучающихся, самостоятельности его мышления, умения анализировать и обобщать. Экзамен проводится традиционным образом (путем индивидуального опроса обучающихся по билетам, путем собеседования). Дополнительно обучающемуся может быть предложено выполнить практическое задание.

В первом случае для подготовки к ответам обучающемуся отводится 45 минут. По окончанию ответа на вопросы билета экзаменатор может задавать обучающемуся дополнительные и уточняющие вопросы в пределах учебного материала, вынесенного на экзамен.

6.2 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические указания по освоению дисциплины.

Лекционные занятия.

Проведение практических занятий по дисциплине «Блоггинг» осуществляется в следующих формах:

- опрос по материалам, рассмотренным на лекциях и изученным самостоятельно по рекомендованной литературе;
- анализ и обсуждение практических ситуаций по темам.

Посещение практических занятий и активное участие в них является обязательным.

Подготовка к практическим занятиям обязательно включает в себя изучение

конспектов лекционного материала и рекомендованной литературы для адекватного понимания условия и способа решения заданий, запланированных преподавателем на конкретное практическое занятие.

Методические указания по выполнению различных форм внеаудиторной самостоятельной работы.

Изучение основной и дополнительной литературы по дисциплине проводится на

регулярной основе в разрезе каждого раздела в соответствии с приведенными в рабочей программы рекомендациями для подготовки к промежуточной аттестации по дисциплине «Блоггинг». Список основной и дополнительной литературы по дисциплине приведен в настоящей рабочей программы.

Методические указания по подготовке к промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине «Блоггинг» проходит в форме экзамена. Примерный перечень вопросов к экзамену по дисциплине «Блоггинг» и критерии оценки

ответа обучающегося на экзамене для целей оценки достижения заявленных индикаторов сформированности компетенции приведены в составе ФОС по дисциплине в настоящей рабочей программы. Форма проведения экзамена предполагает под собой ответ на 1 теоретический вопрос и выполнение практического задания или подготовка проекта.

Обучающийся допускается к промежуточной аттестации по дисциплине независимо от результатов текущего контроля.

7. Фонд оценочных средств

7.1 Методы контроля и оценивания результатов обучения

Промежуточный контроль: экзамен;

Текущий контроль: задания на практических занятиях; опросы.

7.2 Шкала и критерии оценивания результатов обучения

Критерии оценки ответа на экзамене

(формирование компетенций УК-1, индикаторы компетенций ИУК-1.1, ИУК-1.2, ИУК-1.3)

«5» (отлично): обучающийся демонстрирует системные теоретические знания, практические навыки, владеет терминами, делает аргументированные выводы и обобщения, приводит примеры, показывает свободное владение монологической речью и способность быстро реагировать на уточняющие вопросы.

«4» (хорошо):

обучающийся демонстрирует прочные теоретические знания,

практические навыки, владеет терминами, делает аргументированные выводы и обобщения, приводит примеры, показывает свободное владение монологической речью, но при этом делает несущественные ошибки которые быстро исправляет самостоятельно или при незначительной коррекции преподавателем.

«3» (удовлетворительно): обучающийся демонстрирует неглубокие теоретические знания, проявляет слабо сформированные навыки анализа явлений и процессов, недостаточное умение делать аргументированные выводы и приводить примеры, показывает недостаточно свободное владение монологической речью, терминами, логичностью и последовательностью изложения, делает ошибки, которые может исправить только при коррекции преподавателем.

«2» (неудовлетворительно): обучающийся демонстрирует незнание теоретических основ предмета, отсутствие практических навыков, не умеет делать аргументированные выводы и приводить примеры, показывает слабое владение монологической речью, не владеет терминами, проявляет отсутствие логичности последовательности изложения, делает ошибки, которые не может исправить даже при коррекции преподавателем, отказывается отвечать на дополнительные вопросы.

Возможна сдача экзамена в форме проекта или постановка оценки по результатам работы на занятиях и выполненных в их рамках заданий.

Критерии оценки ответа на экзамене в форме проекта

(формирование компетенций УК-1, индикаторы компетенций ИУК-1.1, ИУК-1.2, ИУК-1.3)

«5» (отлично): обучающийся выполнил все необходимые этапы проекта, при этом демонстрируя применение теоретических знаний и практических навыков, владеет

терминами, при защите проекта показывает свободное владение монологической речью и способность быстро реагировать на уточняющие вопросы.

«4» (хорошо): обучающийся выполнил все необходимые этапы проекта, при этом демонстрируя применение теоретических знаний и практических навыков, владеет терминами, при защите проекта показывает свободное владение монологической речью и способность быстро реагировать на уточняющие вопросы, но при этом делает несущественные ошибки или же в проекте отсутствуют незначительные элементы, которые студент быстро компенсирует самостоятельно или при незначительной коррекции преподавателем.

«3» (удовлетворительно): обучающийся выполнил не все необходимые этапы проекта или же часть этапов выполнена неверно, владеет не всем перечнем необходимых инструментов и навыков при создании проекта, проявляет слабо сформированные навыки анализа явлений и процессов, недостаточное умение делать аргументированные выводы, показывает недостаточно свободное владение монологической речью, терминами, логичностью и последовательностью изложения, делает ошибки, которые может исправить только при коррекции преподавателем.

«2» (неудовлетворительно): обучающийся не выполнил необходимый проект или же уровень его выполнения не соответствует заявленным параметрам и демонстрирует низкий уровень практических навыков, при этом обучающийся показывает слабое владение монологической речью в ходе презентации проекта, не владеет терминами, проявляет отсутствие логичности и последовательности изложения, делает ошибки, которые не может исправить даже при коррекции преподавателем, отказывается отвечать на дополнительные вопросы.

7.3 Оценочные средства

7.3.1.. Текущий контроль (работа на практических занятиях)

Вопросы к темам (формирование компетенции УК-1, индикаторы компетенций ИУК-1.1, ИУК-1.2, ИУК-1.3)

Тема 1

Вопросы:

1. Назовите определения «блога», «блогера» и «блогосферы»;
2. Обозначьте дату возникновения первого блога и имя его автора;
3. Приведите схему развития блогов в мировой сети;
4. Назовите цели пользователей, удовлетворяемые блогами;
5. Приведите типологию блогов по особенностям контента;
6. Выделите основные функции блогов;

Тема 2

1. Назовите наиболее популярные на сегодняшний день платформы блогосферы, опишите аудиторию каждой из них. Что их отличает? Какова специфика каждой аудитории?
2. Приведите примеры профессий, появившихся в связи с развитием блогосферы;
3. Обозначьте особенности контента, относительно наиболее актуальных платформ блогосферы;
4. Какие особенности методов продвижения вы наблюдаете при взаимодействии с разными социальными сетями?

Тема 3

1. Назовите причины популяризации позиции «блогера»;
2. Обозначьте тенденции взаимодействия B2B сфер с digital-средой (в особенности блогосферой);
3. Поясните явление: инфлюенсеры, как инструмент воздействия на аудиторию;
4. Перечислите особенности работы с социальными сетями ВКонтакте, Telegram, Youtube;
5. Приведите примеры применения в современной блогосфере технологий VR и AR;
6. Как применение маркетинга влияния в социальных сетях повышает лояльность к брендам?
7. Приведите примеры выигрышных визуальных концепций для сети Instagram;
8. Обозначьте визуальные тренды в дизайне SMM.

Тема 4

1. Назовите этапы формирования стратегии продвижения в социальных сетях;
2. Назовите инструменты, использующиеся при формировании стратегии продвижения посредством социальных сетей. Какие кажутся вам наиболее эффективными и почему?
3. Дайте пояснению термину диджитал-медиасистема;
4. Что из себя представляют арендованные площадки? Приведите примеры таковых.

Тема 5

1. Дайте определение анфлюенсеру;
2. Поясните термин «наноблогер»;
3. Перечислите преимущества и недостатки influencer-маркетинга;
4. Обозначьте тенденции influencer-маркетинга, существующие на сегодняшни день.

Тема 6

1. Перечислите инструменты продвижения в social media marketing, исходя из выбранной платформы;
2. Обозначьте наиболее коммерчески обоснованную социальную сеть для продвижения своего бренда;
3. Существует ли на сегодняшний день аудиторное разграничение между разными социальными сетями?
4. Перечислите основные метрические показатели эффективности SMM;
5. Назовите основные этапы формирования аккаунта в сети ВКонтакте, Одноклассники;
6. Назовите социальную сеть, имеющую на сегодняшний день наиболее грамотно подстраивающуюся под запросы пользователя нейросеть;
7. Перечислите необходимые элементы для заполнения профиля коммерческого аккаунта;

Тема 7

1. Перечислите основные цели SMM в «сложных» B2B-нишах;
2. Приведите примеры «сложных» B2B-ниш, осваивающих продвижение посредством блогосферы;
3. Какие типы контента будут релевантны при формировании контент-плана для B2B-проектов;
4. Назовите сложности, возникающие при формировании контента для сферы B2B;
5. Обозначьте необходимые подготовительные мероприятия перед формированием SMM-стратегии в рамках аналитики рыночной ситуации для B2B-проектов;

Тема 8

1. Назовите основные типы контента, встречающиеся в блогосфере;

2. Перечислите основные элементы образовательного контента;
3. Какова основная цель коммуникационного контента?
4. Какие инструменты используются в продающем типе контента?
5. Какие типы контента наиболее часто встречаются в формировании контента
6. коммерческих аккаунтов?

Тема 9

1. Приведите примеры введения первых персонажей;
2. Когда мы начали использовать персонажей, как своеобразную форму трансляции информации?
3. В чем основная задача, возлагаемая автором на персонажа?
4. Поясните термин «аватаризация»;
5. Какова была цель создания первого цифрового инфлюенсера?
6. Приведите примеры коммерческих работ цифровых блогеров;
7. Каких виртуальных персонажей в российской блогосфере вы можете привести в пример?
8. Назовите тенденции, которые будут спровоцированы популяризацией использования виртуальных персонажей;
9. Опишите явление: цифровые модели, как трендсеттеры среди молодежной аудитории;

10 Поясните: интеграция цифровых персонажей в офлайн-среду.

7.3.2. Промежуточная аттестация (вопросы к экзамену)
(формирование компетенции УК-1, индикаторы компетенций ИУК-1.1, ИУК-1.2, ИУК-1.3)

1. Приведите схему развития блогов в мировой сети;
2. Приведите типологию блогов по особенностям контента;
3. Выделите основные функции блогов;
4. Поясните явление: инфлюенсеры, как инструмент воздействия на аудиторию;
5. Дайте пояснение термину бенчмаркинг;
6. Перечислите показатели эффективности деятельности коммерческого аккаунта;
7. Перечислите цели бенчмаркинга;
8. Назовите основные типы контента, встречающиеся в блогосфере;
9. Перечислите преимущества и недостатки influencer-маркетинга;
10. Перечислите основные метрические показатели эффективности SMM;
11. Перечислите инструменты продвижения в social media marketing, исходя из выбранной платформы;
12. Назовите сложности, возникающие при формировании контента для сферы B2B;
13. Перечислите основные элементы образовательного контента;
14. Поясните термин «аватаризация»;
15. Приведите примеры коммерческих работ цифровых блогеров;
16. Поясните термин «наноблогер». Поясните. В чем его особенность?
17. Ведение блога для «сложных» B2B-ниш. Специфика и особенности;
18. Ключевые показатели эффективности маркетинговой активность в социальных сетях;
19. Назовите формулу расчёта вовлеченности аудитории. Для чего используется данный показатель? Опишите приемлемый уровень вовлеченности для коммерческого аккаунта;
20. Response rate в рамках деятельности блоггера. Раскройте понятие;
21. Response time в рамках деятельности блоггера. Раскройте понятие;
22. Дайте пояснение термину “ tone of voice”. Как он влияет на создание контента?

23. Целевое действие пользователя. Поясните термин, приведите примеры;
24. Типологизация контента. Виды и особенности;
25. Контент-план, раскройте понятие;
26. Квизы, как метод взаимодействия с аудиторией;
27. Дистрибуция контента. Поясните явление. Его особенности, преимущества;
28. Виральный контент. Поясните термин. В чем особенности, преимущества использования?
29. User generated content в блого-активности.
30. Gated content. Особенности использования, преимущества.