

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Садыкова Алёна Григорьевна

Должность: Директор Высшей школы креативных индустрий

Дата подписания: 25.05.2026 11:51:11

Уникальный программный ключ:

d72783635b7f7c872e79a746e849dcb1a5c6a87a

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ

Директор Высшей школы
креативных индустрий
А.Г. Садыкова

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по дисциплине **Контент-менеджмент в SMM**

Направление подготовки
Направленность (профиль)

42.03.02 Журналистика
Мультимедийная журналистика и цифровые
технологии

Форма обучения
Год начала обучения

Очная
2026 г.

Реализуется в 4 семестре

Введение

1. Назначение: для организации контроля успеваемости при оценивании уровня приобретенных компетенций у будущих бакалавров по дисциплине «Контент-менеджмент в SMM».

2. ФОС является приложением к программе дисциплины «Контент-менеджмент в SMM».

3. Разработчик Шевцова Дарья Анатольевна, старший преподаватель департамента медиакоммуникаций.

4. Проведена экспертиза ФОС.

Члены экспертной группы:

Председатель - Рубежной А.А. – председатель УМК Высшей школы креативных индустрий.

Члены комиссии:

Лупандина Н.Д., зам. директора ВШКИ по учебной работе

Горбачев А.М., директор департамента медиакоммуникаций.

Представитель организации-работодателя

Акопян Н.А., шеф-редактор сайта ГТРК «Ставрополье» ФГУП

«ВГТРК «Ставрополье»

Экспертное заключение: рекомендовано к использованию в учебном процессе

5. Срок действия ФОС определяется сроком реализации образовательной программы.

1. Описание критериев оценивания компетенции на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Компетенция (ии), индикатор (ы)	Уровни сформированности компетенци(ий)			
	Минимальный уровень не достигнут (Неудовлетворительно) 2 балла	Минимальный уровень (удовлетворительно) 3 балла	Средний уровень (хорошо) 4 балла	Высокий уровень (отлично) 5 баллов
<i>Компетенция: ПК-2</i>				
Результаты обучения по дисциплине (модулю): <i>Индикатор: ИД-2_{ПК-2}</i> Разрабатывает и реализует журналистский проект индивидуально или в составе коллектива.	Не способен участвовать в разработке и реализации медиапроекта для SMM.	Слабо проявляет участие в разработке и реализации медиапроекта для SMM.	В достаточной степени способен участвовать в разработке и реализации медиапроекта для SMM.	На высоком уровне участвует в разработке и реализации медиапроекта для SMM.

Оценивание уровня сформированности компетенции по дисциплине осуществляется на основе «Положения о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры - в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования «Северо-Кавказский федеральный университет» в актуальной редакции.

ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОВЕРКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ

Номер задания	Правильный ответ	Содержание вопроса	Компетенция
4 семестр			
1.	b	1. Что такое контент-стратегия в социальных медиа? a. Продвижение контента через рекламу b. Планирование и создание контента для социальных медиа c. Анализ конкурентов в социальных медиа	ПК-2
2.	a, c, e	2. Какие виды контента может содержать контент-план? a. Полезный b. Эмоциональный c. Продающий d. Кулинарный e. Вирусный	ПК-2
3.	a	3. Какие стратегии наиболее эффективны для привлечения аудитории к контенту в социальных медиа? a. Использование хэштегов и упоминаний других пользователей b. Покупка подписчиков и лайков c. Регулярное размещение рекламных объявлений	ПК-2
4.	a	4. Что такое KPI (Key Performance Indicators) в контексте контент-менеджмента в SMM? a. Основные показатели успеха контент-стратегии b. Отчеты о доходах и расходах c. Анализ конкурентов в социальных медиа	ПК-2
5.	e	5. Какие факторы следует учитывать при определении целевой аудитории для контент-стратегии в социальных медиа? a. Демографические данные b. Интересы и предпочтения c. Уровень образования d. Сферу деятельности e. Все вышеперечисленные варианты	ПК-2
6.	d	6. Какие типы контента наиболее популярны в социальных медиа? a. Видео b. Изображения c. Текстовые сообщения d. Все вышеперечисленные варианты	ПК-2
7.	a	7. Что такое A/B-тестирование контента в социальных медиа?	ПК-2

		a. Сравнение двух вариантов контента для определения наиболее эффективного. b. Анализ привлекательности одного контента среди представителей двух разных аудиторий.	
8.		8. Что такое «call-to-action» в контексте контент-стратегии в социальных медиа?	ПК-2
9.		9. Дай определение понятию «SEO-оптимизация контента»	ПК-2
10.		10. Что такое «уровень вовлеченности аудитории»?	ПК-2
11.	a,b,c	11. При планировании контент-стратегии, какие факторы следует учитывать при выборе оптимального формата контента? a. Предпочтения целевой аудитории b. Возможности и ресурсы команды контент-менеджмента c. Особенности каждой социальной медиа-платформы d. Фазы Луны	ПК-2
12.	d	12. Каким образом можно оценить эффективность контент-стратегии в социальных медиа? a. Анализ метрик и KPI b. Отзывы и комментарии аудитории c. Сравнение с конкурентами d. Все вышеперечисленные варианты	ПК-2
13.	d	13. Как можно повысить вовлеченность аудитории в социальных медиа? a. Задавать вопросы и проводить опросы b. Отвечать на комментарии и обращения аудитории c. Проводить конкурсы и распространять эксклюзивный контент d. Все вышеперечисленные варианты	ПК-2
14.	b, c	14. Какие метрики можно использовать для оценки успеха контент-стратегии в социальных медиа? a. Количество продаж продвигаемого продукта или услуги. b. Уровень вовлеченности аудитории (просмотры, комментарии, репосты) c. Конверсия (например, количество переходов на сайт или покупок)	ПК-2
15.	b, c, d	15. Как можно оптимизировать контент для поисковых систем (SEO)? a. Проверять грамматику и орфографию контента b. Использовать ключевые слова в заголовках, подзаголовках и тексте контента. c. Создавать уникальный и оригинальный контент, который предназначен как для пользователей, так и для поисковых систем. d. Поддерживать надлежащую структуру контента с использованием списков, заголовков и ссылок.	ПК-2
16.	a, b	14. Какую роль играют аналитические данные в контент-менеджменте в социальных медиа? a. Аналитические данные позволяют оценить эффективность контента и понять, какие виды контента наиболее привлекают аудиторию.	ПК-2

		б. Аналитические данные помогают определить проблемные области и улучшить стратегию контента. с. Аналитические данные помогают аудитории выбрать наиболее интересные каналы и страницы.	
17.	a, c, d, e	17. Какие этапы обязательны в работе над контент-планом? а. Поиск идей для контента — общение с коллегами и руководством, изучение СМИ, анализ конкурентов. б. Выбор названия для ресурса. с. Составление первичного контент-плана — фиксация идей, типов контента, рубрик и вариантов тем. д. Составление подробного контент-плана. е. Согласование и реализация.	ПК-2
18.		18. Что такое «инфлюенс-маркетинг» в контексте SMM?	ПК-2
19.		19. Как называется функциональность, доступная в различных социальных медиа-платформах, позволяющая пользователям создавать и делиться контентом в формате коротких, возможно временных историй, доступных для просмотра в течение 24 часов.	ПК-2
20.		20. Как называется технология, которая позволяет пользователям переживать иммерсивные виртуальные миры и взаимодействовать с ними.	ПК-2

2. Описание шкалы оценивания

В рамках рейтинговой системы успеваемость студентов по каждой дисциплине оценивается в ходе текущего контроля и промежуточной аттестации. Рейтинговая система оценки знаний студентов основана на использовании совокупности контрольных мероприятий по проверке пройденного материала (контрольных точек), оптимально расположенных на всем временном интервале изучения дисциплины. Принципы рейтинговой системы оценки знаний студентов основываются на положениях, описанных в Положении об организации образовательного процесса на основе рейтинговой системы оценки знаний студентов в ФГАОУ ВО «СКФУ».

3. Критерии оценивания компетенций

Оценка «отлично» выставляется студенту, если студент обнаружил степень сформированности компетенций, соответствующий повышенному уровню. При этом студент демонстрирует всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, умение свободно выполнять задания, предусмотренные программой, усвоил основную и дополнительную литературу, рекомендованную программой. Кроме того, студент усвоил взаимосвязь основных понятий дисциплины в их значении для приобретаемой профессии и умеет применять их в практической деятельности.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если студент обнаружил степень сформированности компетенций, соответствующий базовому уровню. При этом студент демонстрирует полное знание учебного материала, успешно выполнил предусмотренные в программе задания, усвоил основную литературу, рекомендованную в программе. Кроме того студент готов к самостоятельному пополнению и обновлению знаний, умений и навыков в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если студент обнаружил степень сформированности компетенций, соответствующий базовому уровню. При этом он продемонстрировал знание основного учебного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по специальности, справился с выполнением заданий, предусмотренных программой, знаком с основной литературой, рекомендованной программой. Оценка "удовлетворительно" выставляется студентам, допустившим неточности и ошибки при ответе на экзамене, но обладающим необходимыми знаниями для их устранения.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если компетенции, необходимые для профессиональной деятельности у студента не сформированы. Студент демонстрирует серьезные пробелы в знании основного учебного материала, не отвечает на дополнительные наводящие вопросы и не обладает пониманием того, как получаемые в ходе обучения знания, умения и навыки применять в практической деятельности.

** в соответствии с результатами освоения дисциплины и видами заданий*