

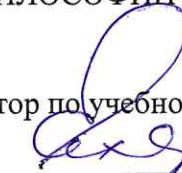
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ  
ИНКЛЮЗИВНОГО ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ГУМАНИТАРНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ»

---

КАФЕДРА СОЦИОЛОГИИ И ФИЛОСОФИИ

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебно-методической работе



Е.С. Сахарчук

«17» апреля 2022 г.

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ  
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

**СОЦИАЛЬНО-ПОЛИТИЧЕСКАЯ РЕКЛАМА И УПРАВЛЕНИЕ  
СОЦИАЛЬНЫМИ СЕТЯМИ**

образовательная программа направления подготовки  
39.04.01 Социология

**Направленность (профиль)**

**Современные методы и технологии анализа социальных проблем**

Москва 2022

**Разработчик:** МГГЭУ, профессор кафедры социологии и философии

  
Подпись

Савенок С.Д. «25» 04 2022 г.  
Ф.И.О. Дата

Фонд оценочных средств рассмотрен и одобрен на заседании кафедры социологии и философии  
(протокол № 9-а от «25» апреля 2022 г.)


на заседании Учебно-методического совета МГГЭУ  
(протокол № 2 от «27» апреля 2022 г.)

СОГЛАСОВАНО:

Представитель работодателя  
или объединения работодателей



\_\_\_\_\_/Линчук О.В./  
Консультант-аналитик ООО  
«Универсальные Маркетинговые  
Проекты»  
«25» апреля 2022 г.

Начальник учебно-методического управления  
 И.Г. Дмитриева  
«27» апреля 2022 г.

Начальник методического отдела  
 Д.Е. Гапеенок  
«27» апреля 2022 г.

Декан факультета  
 С.Н. Лещинская  
«27» апреля 2022 г.

## Содержание

1. Паспорт фонда оценочных средств.....
2. Перечень оценочных средств.....
3. Описание показателей и критериев оценивания компетенций.....
4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения, характеризующих этапы формирования компетенций.....
5. Материалы для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации.....

## 1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по дисциплине «Социально-политическая реклама и управление социальными сетями»

Оценочные средства составляются в соответствии с рабочей программой дисциплины и представляют собой совокупность контрольно-измерительных материалов (типовые задачи (задания), контрольные работы, тесты и др.), предназначенных для измерения уровня достижения обучающимися установленных результатов обучения.

Оценочные средства используются при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

Таблица 1 - Перечень компетенций, формируемых в процессе освоения дисциплины

<b>Код компетенции</b>	<b>Наименование результата обучения</b>
УК-4	Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия
ОПК-1	Способен обоснованно отбирать и использовать современные информационно-коммуникационные технологии для решения профессиональных задач
ПК-3	Способен использовать современные организационно-управленческие технологии и методы решения социальных проблем

Конечными результатами освоения дисциплины являются сформированные когнитивные дескрипторы «знать», «уметь», «владеть», расписанные по отдельным компетенциям. Формирование дескрипторов происходит в течение всего семестра по этапам в рамках контактной работы, включающей различные виды занятий и самостоятельной работы, с применением различных форм и методов обучения

## 2. ПЕРЕЧЕНЬ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ<sup>1</sup>

Таблица 2

№	Наименование оценочного средства	Характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в ФОС
1	Коллоквиум	Средство контроля усвоения учебного материала темы, раздела или разделов дисциплины, организованное как учебное занятие в виде собеседования преподавателя с обучающимися.	Вопросы по темам/разделам дисциплины
2	Круглый стол (дискуссия, полемика, диспут, дебаты)	Оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.	Перечень дискуссионных тем для проведения круглого стола (дискуссии, полемики, диспута, дебатов)
3	Контрольная работа	Средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме, разделу или всей дисциплине.	Комплект заданий для контрольной работы
4	Проект	Конечный продукт, получаемый в результате планирования и выполнения комплекса учебных и исследовательских заданий. Позволяет оценить умения обучающихся самостоятельно конструировать свои знания в процессе решения практических задач и проблем, ориентироваться в информационном пространстве и уровень сформированности аналитических, исследовательских навыков, навыков практического и творческого мышления. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.	Темы групповых и/или индивидуальных проектов
5	Эссе	Средство, позволяющее оценить умение обучающегося письменно излагать суть поставленной проблемы, самостоятельно проводить анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического	Темы эссе

<sup>1</sup> Указываются оценочные средства, применяемые в ходе реализации рабочей программы данной дисциплины.

		инструментария соответствующей дисциплины, делать выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.	
6	Реферат	Реферат – это краткое изложение в письменном виде какой-либо научной проблемы (сложного вопроса) или содержания рекомендуемой книги, монографии, научной работы, результатов исследований архивных материалов и других источников с научно-практическими выводами по определенному разделу (теме) учебной дисциплины	См. раздел 5: Методы оценки" (Раздел 5. Цели и направления семейной политики. Тема 15. Теория институционального кризиса семьи).

*Приведенный перечень оценочных средств при необходимости может быть дополнен.*

### 3. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

Оценивание результатов обучения по дисциплине **Социально-политическая реклама и управление социальными сетями** осуществляется в соответствии с Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся.

Предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль (осуществление контроля всех видов аудиторной и внеаудиторной деятельности обучающегося с целью получения первичной информации о ходе усвоения отдельных элементов содержания дисциплины) и промежуточная аттестация (оценивается уровень и качество подготовки по дисциплине в целом).

Показатели и критерии оценивания компетенций, формируемых в процессе освоения данной дисциплины, описаны в табл. 3.

Таблица 3.

Код компетенции	Уровень освоения компетенций	Индикаторы достижения компетенций	Вид учебных занятий <sup>2</sup> , работы, формы и методы обучения, способствующие формированию и развитию компетенций <sup>3</sup>	Контролируемые разделы и темы дисциплины <sup>4</sup>	Оценочные средства, используемые для оценки уровня сформированности компетенций <sup>5</sup>	Критерии оценивания результатов обучения
		Знает				
УК-4 Способен применять	Недостаточный уровень Оценка	как выявлять основы академического и	Лекционные занятия, самостоятельна	Раздел 1. Социально-политические	Контрольная работа Проект	Не знает как выявлять основы академического и

<sup>2</sup> Лекционные занятия, практические занятия, лабораторные занятия, самостоятельная работа...

<sup>3</sup> Необходимо указать активные и интерактивные методы обучения (например, интерактивная лекция, работа в малых группах, методы мозгового штурма и т.д.), способствующие развитию у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств.

<sup>4</sup> Наименование темы (раздела) берется из рабочей программы дисциплины.

<sup>5</sup> Оценочное средство должно выбираться с учетом запланированных результатов освоения дисциплины, например:

«Знать» – собеседование, коллоквиум, тест...

«Уметь», «Владеть» – индивидуальный или групповой проект, кейс-задача, деловая (ролевая)

игра, портфолио...

современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	«незачтено», «неудовлетворительно»	профессионального взаимодействия	я работа	коммуникации	Реферат	профессионального взаимодействия	
	Базовый уровень Оценка, «зачтено», «удовлетворительно»	как выявлять основы академического и профессионального взаимодействия	Лекционные занятия, самостоятельная работа	Раздел 1-2. Социально-политические коммуникации. Социальные сети в современном обществе.	Контрольная работа Реферат	Знает, но с ошибками как выявлять основы академического и профессионального взаимодействия	
	Средний уровень Оценка «зачтено», «хорошо»	как выявлять основы академического и профессионального взаимодействия	Лекционные занятия, самостоятельная работа	Раздел 1-2. Социально-политические коммуникации. Социальные сети в современном обществе.	Коллоквиум Круглый стол Контрольная работа Проект Эссе Реферат	Хорошо знает как выявлять основы академического и профессионального взаимодействия	
	Высокий уровень Оценка «зачтено», «отлично»	как выявлять основы академического и профессионального взаимодействия	Лекционные занятия, самостоятельная работа	Раздел 1-2. Социально-политические коммуникации. Социальные сети в современном обществе.	Коллоквиум Круглый стол Контрольная работа Проект Эссе Реферат	Отлично как выявлять основы академического и профессионального взаимодействия	
		Умеет					
	Недостаточный уровень Оценка «незачтено», «неудовлетворительно»	применять современные коммуникативные технологии	практические занятия, самостоятельная работа	Раздел 1. Социально-политические коммуникации.	Контрольная работа Реферат	Не умеет применять современные коммуникативные технологии	



	о»					
	Базовый уровень Оценка, «зачтено», «удовлетворительно»	применять современные коммуникативные технологии	практические занятия, самостоятельна я работа	Раздел 1-2. Социально- политические коммуникации. Социальные сети в современном обществе.	Контрольная работа Реферат	Умеет, но недостаточно применять современные коммуникативные технологии
	Средний уровень Оценка «зачтено», «хорошо»	применять современные коммуникативные технологии	практические занятия, самостоятельна я работа	Раздел 1-2. Социально- политические коммуникации. Социальные сети в современном обществе.	Коллоквиум Круглый стол Контрольная работа Проект Эссе Реферат	Хорошо умеет применять современные коммуникативные технологии
	Высокий уровень Оценка «зачтено», «отлично»	применять современные коммуникативные технологии	практические занятия, самостоятельна я работа	Раздел 1-2. Социально- политические коммуникации. Социальные сети в современном обществе.	Коллоквиум Круглый стол Контрольная работа Проект Эссе Реферат	Блестяще умеет применять современные коммуникативные технологии
		Владеет				
	Недостаточный уровень Оценка «незачтено», «неудовлетворительн о	навыками академической этики и правилами использования коммуникативных технологий	практические занятия, самостоятельна я работа	Раздел 1. Социально- политические коммуникации.	Контрольная работа Реферат	Не владеет навыками академической этики и правилами использования коммуникативных

						технологий
	Базовый уровень Оценка, «зачтено», «удовлетворительно»	навыками академической этики и правилами использования коммуникативных технологий	практические занятия, самостоятельная работа	Раздел 1-2. Социально-политические коммуникации. Социальные сети в современном обществе.	Контрольная работа Реферат	Недостаточно владеет навыками академической этики и правилами использования коммуникативных технологий
	Средний уровень Оценка «зачтено», «хорошо»	навыками академической этики и правилами использования коммуникативных технологий	практические занятия, самостоятельная работа	Раздел 1-2. Социально-политические коммуникации. Социальные сети в современном обществе.	Коллоквиум Круглый стол Контрольная работа Проект Эссе Реферат	Хорошо владеет навыками академической этики и правилами использования коммуникативных технологий
	Высокий уровень Оценка «зачтено», «отлично»	навыками академической этики и правилами использования коммуникативных технологий	практические занятия, самостоятельная работа	Раздел 1-2. Социально-политические коммуникации. Социальные сети в современном обществе.	Коллоквиум Круглый стол Контрольная работа Проект Эссе Реферат	Отлично владеет навыками академической этики и правилами использования коммуникативных технологий
		Знает				
ОПК-1- способность обоснованно отбирать и использовать современные информационно-	Недостаточный уровень Оценка «незачтено», «неудовлетворительно»	как составлять общие сведения об информационно-коммуникативных системах и источниках,	Лекции (проблемные и интерактивные), практические занятия (опрос с элементами беседы,	Тема: 1. Научно-теоретические, исторические предпосылки и условия формирования и развития	Контрольная работа Реферат	Не знает как составлять общие сведения об информационно-коммуникативных системах и источниках,

коммуникационные технологии для решения профессиональных задач		основные виды баз данных и типизации различных свойств объектов и материалов с целью применения в профессии социолога	диспуты), самостоятельная работа (подготовка сообщений,)	социально-политической рекламы Тема: Тема 1. Политическая реклама и PR-как наука управления общественным мнением и функция менеджмента.		основные виды баз данных и типизации различных свойств объектов и материалов с целью применения в профессии социолога
	Базовый уровень Оценка, «зачтено», «удовлетворительно»	как составлять общие сведения об информационно-коммуникативных системах и источниках, основные виды баз данных и типизации различных свойств объектов и материалов с целью применения в профессии социолога	Лекции (проблемные и интерактивные), практические занятия (опрос с элементами беседы, диспуты), самостоятельная работа (подготовка сообщений, презентаций)	Тема 2. Общественное мнение и PR	Контрольная работа Реферат	Знает, но с ошибками как составлять общие сведения об информационно-коммуникативных системах и источниках, основные виды баз данных и типизации различных свойств объектов и материалов с целью применения в профессии социолога
	Средний уровень Оценка «зачтено», «хорошо»	как составлять общие сведения об информационно-	Лекции (проблемные и интерактивные), практические	Тема 3. Цели, задачи и функции политической рекламы	Коллоквиум Круглый стол Контрольная работа	Хорошо знает, как составлять общие сведения об информационно-

		коммуникативных системах и источниках, основные виды баз данных и типизации различных свойств объектов и материалов с целью применения в профессии социолога	занятия (опрос с элементами беседы, диспуты), самостоятельная работа (подготовка сообщений, презентаций, реферат, тест)		Проект Эссе Реферат	коммуникативных системах и источниках, основные виды баз данных и типизации различных свойств объектов и материалов с целью применения в профессии социолога
	Высокий уровень Оценка «зачтено», «отлично»	как составлять общие сведения об информационно-коммуникативных системах и источниках, основные виды баз данных и типизации различных свойств объектов и материалов с целью применения в профессии социолога	Лекции (проблемные и интерактивные), практические занятия (опрос с элементами беседы, диспуты), самостоятельная работа (подготовка сообщений,)	Тема 4. Становление и развитие социально-политической рекламы и PR в России и за рубежом Тема 5. Этические и юридические нормы и кодексы профессионального поведения в PR.	Коллоквиум Круглый стол Контрольная работа Проект Эссе Реферат	Отлично знает, как составлять общие сведения об информационно-коммуникативных системах и источниках, основные виды баз данных и типизации различных свойств объектов и материалов с целью применения в профессии социолога
ОПК-1		Умеет				
	Недостаточный	применять	Лекции	Раздел 2.	Опрос	Не умеет

<p>уровень Оценка «незачтено», «неудовлетворительн о»</p>	<p>стандартные приемы форматирования и переработки информации в профессиональной деятельности социолога</p>	<p>(проблемные и интерактивные) , практические занятия (опрос с элементами беседы, диспуты), самостоятельна я работа (подготовка сообщений,)</p>	<p>Организация и технология проведения рекламной компания и PR- компания</p>		<p>применять стандартные приемы форматирования и переработки информации в профессионально й деятельности социолога</p>
<p>Базовый уровень Оценка, «зачтено», «удовлетворительно»</p>	<p>применять стандартные приемы форматирования и переработки информации в профессиональной деятельности социолога</p>	<p>Лекции (проблемные и интерактивные) , практические занятия (опрос с элементами беседы, диспуты), самостоятельна я работа (подготовка сообщений,)</p>	<p>Раздел 2. Организация и технология проведения рекламной компания и PR- компания</p>	<p>Контрольная работа, опрос</p>	<p>Умеет, но недостаточно применять стандартные приемы форматирования и переработки информации в профессионально й деятельности социолога</p>
<p>Средний уровень Оценка «зачтено», «хорошо»</p>	<p>применять стандартные приемы форматирования и переработки информации в профессиональной деятельности социолога</p>	<p>Лекции (проблемные и интерактивные) , практические занятия (опрос с элементами беседы, диспуты), самостоятельна я работа</p>	<p>Тема 6. Организация рекламной компания</p>	<p>Коллоквиум Круглый стол Контрольная работа Проект Эссе Реферат</p>	<p>Хорошо умеет применять стандартные приемы форматирования и переработки информации в профессионально й деятельности социолога</p>

			(подготовка сообщений,)			
ОПК-1	Высокий уровень Оценка «зачтено», «отлично»	применять стандартные приемы форматирования и переработки информации в профессиональной деятельности социолога	Лекции (проблемные и интерактивные), практические занятия (опрос с элементами беседы, диспуты), самостоятельная работа (подготовка сообщений,)	Тема 7. PR как метод и технология политической работы	Коллоквиум Круглый стол Контрольная работа Проект Эссе Реферат	Отлично умеет применять стандартные приемы форматирования и переработки информации в профессиональной деятельности социолога
		Владеет				
	Недостаточный уровень Оценка «незачтено», «неудовлетворительно»	навыками получения профессиональной информации из различных типов институтов, включая Интернет	Лекции (проблемные и интерактивные), практические занятия (опрос с элементами беседы, диспуты), самостоятельная работа (подготовка сообщений,)	Тема 7. PR как метод и технология политической работы	Опрос	Не владеет навыками получения профессиональной информации из различных типов институтов, включая Интернет
	Базовый уровень Оценка, «зачтено», «удовлетворительно»	навыками получения профессиональной информации из различных типов институтов, включая Интернет	Лекции (проблемные и интерактивные), практические занятия (опрос с элементами	Тема 7. PR как метод и технология политической работы	Опрос	Недостаточно владеет навыками получения профессиональной информации из различных типов

			беседы, диспуты), самостоятельная работа (подготовка сообщений,)			институтов, включая Интернет
	Средний уровень Оценка «зачтено», «хорошо»	навыками получения профессиональной информации из различных типов институтов, включая Интернет	Лекции (проблемные и интерактивные), практические занятия (опрос с элементами беседы, диспуты), самостоятельная работа (подготовка сообщений,)	Тема 8. Основные этапы, модели и общая структура проведения PR-кампаний	Коллоквиум Круглый стол Контрольная работа Проект Эссе Реферат	Хорошо владеет навыками получения профессиональной информации из различных типов институтов, включая Интернет
	Высокий уровень Оценка «зачтено», «отлично»	навыками получения профессиональной информации из различных типов институтов, включая Интернет	Лекции (проблемные и интерактивные), практические занятия (опрос с элементами беседы, диспуты), самостоятельная работа (подготовка сообщений,)	Тема 8. Основные этапы, модели и общая структура проведения PR-кампаний	Коллоквиум Круглый стол Контрольная работа Проект Эссе Реферат	Отлично владеет навыками получения профессиональной информации из различных типов институтов, включая Интернет
<i>ПК-3</i>		Знает				
Способен использовать	Недостаточный уровень	как формулировать основные понятия,	Лекции (проблемные и	Тема 9. Имидж как	Опрос, контрольная	Не знает как формулировать

современные организационно-управленческие технологии и методы решения социальных проблем	Оценка «незачтено», «неудовлетворительно»	связанные с использованием современных организационно-управленческих технологий и методов решения социальных проблем	интерактивные), практические занятия (опрос с элементами беседы, диспуты), самостоятельная работа (подготовка сообщений, презентаций, реферат, тест)	специфическая PR-проблема	работа	основные понятия, связанные с использованием современных организационно-управленческих технологий и методов решения социальных проблем
	Базовый уровень Оценка, «зачтено», «удовлетворительно»	как формулировать основные понятия, связанные с использованием современных организационно-управленческих технологий и методов решения социальных проблем	Лекции (проблемные и интерактивные), практические занятия (опрос с элементами беседы, диспуты), самостоятельная работа (подготовка сообщений,)	Тема 9. Имидж как специфическая PR-проблема	Практическое задание, опрос	Знает, но с ошибками как формулировать основные понятия, связанные с использованием современных организационно-управленческих технологий и методов решения социальных проблем
	Средний уровень Оценка «зачтено», «хорошо»	как формулировать основные понятия, связанные с использованием современных организационно-управленческих технологий и	Лекции (проблемные и интерактивные), практические занятия (опрос с элементами беседы,	Тема 10. Использование PR-технологий органами государственного и муниципального управления	Коллоквиум Круглый стол Контрольная работа Проект Эссе Реферат	Хорошо знает как формулировать основные понятия, связанные с использованием современных



		методов решения социальных проблем	диспуты), самостоятельная работа (подготовка сообщений)			организационно-управленческих технологий и методов решения социальных проблем
ПК-3	Высокий уровень Оценка «зачтено», «отлично»	как формулировать основные понятия, связанные с использованием современных организационно-управленческих технологий и методов решения социальных проблем	Лекции (проблемные и интерактивные), практические занятия (опрос с элементами беседы, диспуты), самостоятельная работа (подготовка сообщений)	Тема 11. Рекламное сообщение и составляющие его элементы	Коллоквиум Круглый стол Контрольная работа Проект Эссе Реферат	Блестяще знает как формулировать основные понятия, связанные с использованием современных организационно-управленческих технологий и методов решения социальных проблем
		Умеет				
	Недостаточный уровень Оценка «незачтено», «неудовлетворительно»	анализировать различного вида информацию по социальной проблематике, выработать нестандартные подходы к решению проблем в связи с использованием современных	Лекции (проблемные и интерактивные), практические занятия (опрос с элементами беседы, диспуты), самостоятельная работа (подготовка сообщений)	Тема: 12 PR в системе менеджмента	Опрос	Не умеет анализировать различного вида информацию по социальной проблематике, выработать нестандартные подходы к решению проблем в связи с использованием

		организационно-управленческих технологий и методов решения социальных проблем				современных организационно-управленческих технологий и методов решения социальных проблем
	Базовый уровень Оценка, «зачтено», «удовлетворительно»	анализировать различного вида информацию по социальной проблематике, выработать нестандартные подходы к решению проблем в связи с использованием современных организационно-управленческих технологий и методов решения социальных проблем	Лекции (проблемные и интерактивные), практические занятия (опрос с элементами беседы, диспуты), самостоятельная работа (подготовка сообщений)	Тема 13. PR и реклама в современном интернет-пространстве	Опрос	Недостаточно умеет анализировать различного вида информацию по социальной проблематике, выработать нестандартные подходы к решению проблем в связи с использованием современных организационно-управленческих технологий и методов решения социальных проблем
	Средний уровень Оценка «зачтено», «хорошо»	анализировать различного вида информацию по социальной проблематике, выработать нестандартные	Лекции (проблемные и интерактивные), практические занятия (опрос с элементами	<b>Раздел 3.</b> Прикладные исследования в рекламной деятельности	Коллоквиум Круглый стол Контрольная работа Проект Эссе	Хорошо умеет анализировать различного вида информацию по социальной проблематике,

		подходы к решению проблем в связи с использованием современных организационно-управленческих технологий и методов решения социальных проблем	беседы, диспуты), самостоятельная работа (подготовка сообщений)		Реферат	вырабатывать нестандартные подходы к решению проблем в связи с использованием современных организационно-управленческих технологий и методов решения социальных проблем
	Высокий уровень Оценка «зачтено», «отлично»	анализировать различную информацию по социальной проблематике, вырабатывать нестандартные подходы к решению проблем в связи с использованием современных организационно-управленческих технологий и методов решения социальных проблем	Лекции (проблемные и интерактивные), практические занятия (опрос с элементами беседы, диспуты), самостоятельная работа (подготовка сообщений)	Тема 14. Социологические методы исследования общественного мнения	Коллоквиум Круглый стол Контрольная работа Проект Эссе Реферат	Очень хорошо умеет анализировать различную информацию по социальной проблематике, вырабатывать нестандартные подходы к решению проблем в связи с использованием современных организационно-управленческих технологий и методов решения социальных проблем

		Владеет				
ПК-3	Недостаточный уровень Оценка «незачтено», «неудовлетворительно»	навыками социальной экспертизы социальных проблем, навыками выдвижения инновационных идей для решения социальных проблем, используя современные организационно-управленческие технологии и методы	Лекции (проблемные и интерактивные), практические занятия (опрос с элементами беседы, диспуты), самостоятельная работа (подготовка сообщений)	Тема 15. Социологические подходы к анализу рекламы Тема 16. Социологическое обеспечение рекламной кампании	Контрольная работа Реферат	Не владеет навыками социальной экспертизы социальных проблем, навыками выдвижения инновационных идей для решения социальных проблем, используя современные организационно-управленческие технологии и методы
	Базовый уровень Оценка, «зачтено», «удовлетворительно»	навыками социальной экспертизы социальных проблем, навыками выдвижения инновационных идей для решения социальных проблем, используя современные организационно-управленческие технологии и методы	Лекции (проблемные и интерактивные), практические занятия (опрос с элементами беседы, диспуты), самостоятельная работа (подготовка сообщений)	Тема 17. Исследования в политическом публич-рилейшенз	Контрольная работа Реферат	Недостаточно владеет навыками социальной экспертизы социальных проблем, навыками выдвижения инновационных идей для решения социальных проблем, используя современные

						организационно-управленческие технологии и методы
	Средний уровень Оценка «зачтено», «хорошо»	навыками социальной экспертизы социальных проблем, навыками выдвижения инновационных идей для решения социальных проблем, используя современные организационно-управленческие технологии и методы	Лекции (проблемные и интерактивные), практические занятия (опрос с элементами беседы, диспуты), самостоятельная работа (подготовка сообщений)	Тема 18. Процедурные технологии PR.	Коллоквиум Круглый стол Контрольная работа Проект Эссе Реферат	Хорошо владеет навыками социальной экспертизы социальных проблем, навыками выдвижения инновационных идей для решения социальных проблем, используя современные организационно-управленческие технологии и методы
	Высокий уровень Оценка «зачтено», «отлично»	навыками социальной экспертизы социальных проблем, навыками выдвижения инновационных идей для решения социальных проблем, используя современные организационно-	Лекции (проблемные и интерактивные), практические занятия (опрос с элементами беседы, диспуты), самостоятельная работа (подготовка	Раздел 1-3.	Коллоквиум Круглый стол Контрольная работа Проект Эссе Реферат	Отлично владеет навыками социальной экспертизы социальных проблем, навыками выдвижения инновационных идей для решения социальных

		управленческие технологии и методы	сообщений)			проблем, используя современные организационно- управленческие технологии и методы
--	--	---	------------	--	--	--

## **4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения**

При изучении дисциплины «Социально-политическая реклама и управление социальными сетями» необходим системный подход. Содержание дисциплины представлено как совокупность взаимосвязанных между собой учебных тем. Поэтому осваивать учебный материал необходимо постепенно.

В процессе самостоятельного изучения учебного материала необходимо учитывать нижеследующие методические рекомендации по изучению отдельных тем программы.

### **Рекомендации по конспектированию**

Чтение учебной и научной литературы должно сопровождаться краткими записями содержания. Они помогают выделить основные положения изучаемой книги.

Ведение записей поможет студенту быстро повторить прочитанное.

Большое значение имеет совершенствование навыков конспектирования (это краткое письменное изложение содержания книги, лекции сопровождающееся фактами и примерами).

Рекомендации по конспектированию текста:

- внимательно прочитать текст, отмечая непонятные места, новые имена и даты;
- на полях выписать понятия, навести справку о лицах, которые неизвестны, о событиях, упоминаемых в тексте;
- необходимо составить план – перечень основных мыслей автора. Затем отметить, как автор доказывает основные мысли своей работы;
- на заключительном этапе конспектирования нужно перечитать ранее отмеченные места.

Текст автора лучше выражать своими словами и записывать его на одной стороне листа, оставляя небольшие поля для исправления.

### **Рекомендации по работе с тестовой системой.**

Контроль, освоение курса осуществляется путем сдачи студентами письменных тестов. В тестах предусмотрено четыре (иногда пять) типа вопросов.

- 1. Выбор единственно правильного ответа.** Ответ на вопрос данного типа должен быть только один.

2. **Выбор нескольких правильных ответов.** Задача состоит в том, чтобы выбрать из предложенного списка вариантов ответов несколько верных.

3. **Установка последовательности правильных ответов.** Задача состоит в том, чтобы пронумеровать предложенные варианты ответов в правильном порядке.

**Установка соответствия ответов.** Задача состоит в том, чтобы для каждого варианта ответов выбрать из предложенного списка соответствий вариантам ответов один или несколько верных.

### **Рекомендации по подготовке к зачету, экзамену**

Зачет(экзамен) являются формой итогового контроля студентов по дисциплине «История». Сдаются по вопросам, приведенным в настоящей рабочей программе. Зачет(экзамен) проводится в устной форме путем ответа студентов на вопросы (билеты), сформулированные преподавателем.

Преподаватель во вступительном слове рассказывает об особенностях и порядке проведения зачета (экзамена), о критериях оценки знаний.

Каждый студент, войдя в аудиторию, получает вопрос(билет), затем начинает подготовку к ответу. Время подготовки – 15 -30 минут на вопросы. После ответа по вопросу, студенту могут быть заданы дополнительные вопросы в рамках всей учебной программы. Более углубленно проверяются знания студентов, имеющих низкие оценки по результатам текущего контроля, а также пропустивших большое количество учебных занятий. Знания определяются оцениваются терминами «зачтено», «не зачтено», "отлично", "хорошо", "удовлетворительно".

### **Методические рекомендации по подготовке реферата.**

Реферат – это краткое изложение в письменном виде какой-либо научной проблемы (сложного вопроса) или содержания рекомендуемой книги, монографии, научной работы, результатов исследований архивных материалов и других источников с научно-практическими выводами по определенному разделу (теме) учебной дисциплины. Он имеет самостоятельное научно-прикладное значение и является одной из форм рубежного или итогового контроля знаний, проверки умений излагать свои мысли на бумаге. Высокой оценки заслуживает тот реферат, в котором изложение материала носит проблемно-полемиический характер, показывает различные точки зрения на освещаемую проблему, отражает собственные взгляды и комментарии автора, что демонстрирует глубокие знания исследуемой проблемы.

В структуре реферата следует иметь:

- титульный лист;



- план (оглавление) реферата;
- введение;
- основная часть (2-3 вопроса);
- заключение;
- список использованной литературы.

План реферата отражает содержательную сторону письменной работы.

Во введении объясняется научно-практическая значимость и актуальность выбранной темы, определяются цели и задачи реферата (объемом на одну – две печатные страницы).

В основной части научно обоснованно раскрывается содержание каждого вопроса со ссылкой на литературные источники, анализируются теоретические положения и определяется их практическая значимость. Каждый вопрос заканчивается краткими выводами (объем 10-15 печатных страниц).

В заключении подводятся итоги или дается обобщающий вывод по теме реферата, указываются дальнейшие пути ее развития, даются теоретические и практические рекомендации (с объемом 2-3 печатные страницы).

Список использованной литературы оформляется в соответствии с установленными требованиями к описанию библиографического аппарата литературы и других источников.

Общий объем реферата может составлять около 15-20 страниц машинописного (компьютерного) текста через полтора интервала или 20-25 рукописных страниц, написанных аккуратным почерком на одной стороне листа.

При подготовке реферата слушатель консультируется у преподавателя, ведущего занятия в учебной группе. Написанный реферат должен быть представлен преподавателю на проверку.

## **5. Материалы для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации**

### **5.1. Вопросы для коллоквиума**

1. 1. Области применения социально-политических PR - технологий.
2. Элементарные операции публик рилейшнз в бизнесе.

3. Работа с имиджем в социально-политических публичных релейнсах.
4. Социально-политический публичных релейнсах в интернете.
5. Составление пресс-релиза.
6. Коммуникация и распространение информации в обществе. Лидеры мнений.
7. Составляющие социально-политической PR - кампании.
8. Методы социологических исследований в социально-политическом маркетинге
9. Служба PR в политической организации: функции, структура, состав.
10. Выступления на радио и телевидении
11. Составление пресс - релизов.
12. Организация и проведение пресс - конференций, презентаций.
13. Механизмы управления новостной информацией.
14. Приемы конструирования новостной информации.
15. Связь массовой коммуникации с политическими PR - технологиями.
16. Особенности использования информации во время кризисов.
17. Оценка эффективности социально-политической PR - кампании.
18. Социологические исследования в социально-политических связях с общественностью.
19. Информационные документы в социально-политических связях с общественностью.
20. Практические аспекты планирования и проведения пресс-конференции в социально-политической сфере.
21. Технологии создания информационного повода в социальной политике.
22. Социально-политический публичных релейнсах и средства массовой информации.
23. Составляющие публичных релейнсах в бизнесе.
24. Государственные PR.
25. Политическая реклама и электорат. Избирательные (политические) PR.
26. Профессиональная этика специалиста по связям с общественностью. Этические кодексы в связях с общественностью.
27. Социально-политический интернет-маркетинг и Social Media Marketing.
28. Компетенции SMM-менеджера.
29. Маркетинговые и SMM-стратегии.
30. Аккаунты, группы, страницы: преимущества и выбор.
31. Расчет доходности социально-политической рекламной кампании.
32. ЛОМы и блогеры: отличия и причины сотрудничества.
33. Персональный бренд в социальных сетях для политика: создание, вред, управление.
34. Продвижение политического бренда в социальных сетях.
35. Ведение групп/страниц в соцсетях в политических интересах.
36. Особенности политической рекламы в соцсетях.
37. Рекламные кабинеты социальных сетей и политика.
38. Личный аккаунт политика и социально политический SMM-маркетинг.
39. Социально-политический копирайтинг.
40. Специфика социальных сетей, особенности, поведенческие нюансы аудиторий.

## Контролируемые компетенции УК-4, ОПК-1, ПК-3

### **Критерии оценки (в баллах):**

- 5 баллов выставляется студенту, если он полностью раскрывает тему, способен грамотно аргументировать излагаемую точку зрения, хорошо ориентируется в изучаемом материале, способен проводить сравнительный анализ различных источников.
- 4 балла выставляется студенту, если он в целом раскрывает тему, приводит необходимые аргументы, но иногда затрудняется в обосновании излагаемой точки зрения.

- 3 балла выставляется студенту, если он раскрывает лишь отдельные аспекты рассматриваемой проблемы, недостаточно хорошо ориентируется в изучаемом материале, способен частично аргументировать свою точку зрения, недостаточно хорошо знаком с источниками.
- 2 балла выставляется студенту, если он не может даже в общих чертах раскрыть тему, не ориентируется в изучаемом материале, не знаком с источниками.

## **5.2. Вопросы для контрольных работ, проводимых в процессе изучения курса «Социально-политическая реклама и управление социальными сетями».**

1. Социально-политическая реклама как форма социально-политической коммуникации
2. Социально-политическая пропаганда как форма социально-политической коммуникации
3. Паблик рилейшнз как форма социально-политической коммуникации
4. Лоббизм как форма социально-политической коммуникации
5. Социально-политический конфликт как форма социально-политической коммуникации
6. Роль СМИ в социально-политической коммуникации
7. Группа давления как субъект социально-политической коммуникации
8. Политическая партия как субъект политической коммуникации
9. Реклама социально-политическая и коммерческая: общее и особенное
10. Популизм в социально-политической рекламе: сущность понятия и механизмы формирования
11. Социально-политический миф в социально-политической рекламе
12. Имидж политического лидера
13. Имидж политической организации

Контролируемые компетенции: (УК-4, ОПК-1, ПК-3)

### **Критерии оценки (в баллах):**

- 5 баллов выставляется студенту, если он полностью раскрывает тему, способен грамотно аргументировать излагаемую точку зрения, хорошо ориентируется в изучаемом материале, способен проводить сравнительный анализ различных источников.
- 4 балла выставляется студенту, если он в целом раскрывает тему, приводит необходимые аргументы, но иногда затрудняется в обосновании излагаемой точки зрения.
- 3 балла выставляется студенту, если он раскрывает лишь отдельные аспекты рассматриваемой проблемы, недостаточно хорошо ориентируется в изучаемом материале, способен частично аргументировать свою точку зрения, недостаточно хорошо знаком с источниками.
- 2 балла выставляется студенту, если он не может даже в общих чертах раскрыть тему, не ориентируется в изучаемом материале, не знаком с источниками.

## **5.3. Индивидуальные творческие задания (самостоятельная работа):**

1 . Рекламные коммуникации в социальной политике: теория и методики

- **Учебная деятельность:**
- Социально-политические коммуникации: сущность и функции.

- Информационно-коммуникационные процессы в сфере социальной политики
- Теории социально-политических коммуникаций.
- Уровни информационно-коммуникационных процессов.
- **Предполагаемый результат:**
- *знание:* более полные представления о коммуникационных средствах воздействия в политике.

*Умение:* управление информационными потоками.

Контролируемые компетенции: УК-4, ОПК-1, ПК-3

## 2. Внутренние социально-политические коммуникации

- Контролируемые компетенции: УК-4, ОПК-1, ПК-3

### 3. Социальные сети в контексте информационного общества

- **Учебная деятельность:**

Влияние социальных сетей на механизмы распространения информации в обществе.

Влияние социальных сетей на общество в целом.

Отличия социальных сетей по аудитории и назначению.

Предпосылки появления социальных сетей в различных социально-политических условиях и на различных уровнях развития общества.

Основные российские социальные сети, особенности аудиторий в них.

- Влияние социальных сетей на развитие общества в разных странах.
- **Предполагаемый результат:**
- *знание:* более полные представления о коммуникациях и PR-продвижении в управлении общественным мнением

*Умение:* «чтение» и анализ возможностей информационных сетей.

Контролируемые компетенции: УК-4, ОПК-1, ПК-3

## 4. Управление в социальных медиа

- **Учебная деятельность:**

Анализ аудитории.

Отличия управленческих приемов в разных социальных сетях

Принципы анализа аудитории в социальных сетях.

Особенности восприятия информации аудиториями разных социальных сетей.

- Переупаковка контента для разных социальных сетей исходя из предпочтений аудитории и паттернов ее поведения.
- **Предполагаемый результат:**

- *знание*: более полные представления о технологиях воздействия социальных медиа на общественное мнение

*Умение*: управление социальными медиа, наполняемыми политически связанными замыслом, информационными потоками.

#### 5. Продвижение СМИ в социальных сетях, влияние социальных сетей на аудиторию

- **Учебная деятельность:**

Выбор стратегии и площадок присутствия. Благоприобретения СМИ, цели задачи.

Типы контента СМИ для социальных сетей, переупаковка и создание специального контента.

Показатели для постоянного, ежедневного, еженедельного мониторинга. Вовлеченность, конверсия, лояльность, стоимость подписчика.

Анализ ключевых показателей для заказчика и для самостоятельного контроля.

Поиск информации, работа с очевидцами, работа с пользовательским контентом.

Работа с негативом, понятие «обратной связи» в социальных сетях. Причины появления негатива. Естественный негатив. Направленный негатив.

Методики определения источников негатива.

- Методики нейтрализации негатива.
- **Предполагаемый результат:**
- *знание*: более полные представления об особенностях управления информацией, формирующей социально-политические общественные мнения

*Умение*: управлять информационным лидерством СМИ и СМК в интересах политической мобилизации социальных групп

Контролируемые компетенции: УК-4, ОПК-1, ПК-3

#### **Критерии оценки (в баллах):**

- 5 баллов выставляется студенту, если он полностью раскрывает тему, способен грамотно аргументировать излагаемую точку зрения, хорошо ориентируется в изучаемом материале, способен проводить сравнительный анализ различных источников.

- 4 балла выставляется студенту, если он в целом раскрывает тему, приводит необходимые аргументы, но иногда затрудняется в обосновании излагаемой точки зрения.

- 3 балла выставляется студенту, если он раскрывает лишь отдельные аспекты рассматриваемой проблемы, недостаточно хорошо ориентируется в изучаемом материале, способен частично аргументировать свою точку зрения, недостаточно хорошо знаком с источниками.

- 2 балла выставляется студенту, если он не может даже в общих чертах раскрыть тему, не ориентируется в изучаемом материале, не знаком с источниками.

## 5.5. Вопросы к зачету

1. Социально-политическая реклама как форма социально-политической коммуникации
2. Социально-политическая пропаганда как форма социально-политической коммуникации
3. Паблик рилейшнз как форма социально-политической коммуникации
4. Лоббизм как форма социально-политической коммуникации
5. Социально-политический конфликт как форма социально-политической коммуникации
6. Роль СМИ в социально-политической коммуникации
7. Группа давления как субъект социально-политической коммуникации
8. Политическая партия как субъект политической коммуникации
9. Реклама социально-политическая и коммерческая: общее и особенное
10. Популизм в социально-политической рекламе: сущность понятия и механизмы формирования
11. Социально-политический миф в социально-политической рекламе
12. Имидж политического лидера
13. Имидж политической организации
14. Стереотипы в социально-политической рекламе и пропаганде.
15. Негативная социально-политическая реклама
16. Социально-политические маркетинговые исследования: специфика, методы
17. Технология построения имиджа
18. Манипуляции в социально-политической рекламе и пропаганде
19. Слухи в социально-политической рекламе, пропаганде и паблик рилейшнз
20. Прототипы в социально-политической рекламе и пропаганде
21. Политические мифы и пропаганда
22. Основные тенденции развития политического процесса в современной России
23. Социально-политическая культура студента: миф и реальность
24. Имидж современного политика: естество или вторая натура
25. Язык телодвижений как невербальный компонент имиджа политика
26. Типажи политиков современной России
27. История возникновения SMM. Обзор социальных интернет-платформ.
28. Стратегии продвижения через социальные сети.
29. Организация рекламных кампаний через социальные медиа.
30. Цели и тактики SMM.
31. Маркетинговые технологии и инструменты при продвижении через социальные медиа.
32. Этические вопросы при использовании инструментов SMM.
33. Определение SMO. Связь SMO и SEO.
34. Связь SMO и вирусного маркетинга.
35. Истоки и базовые принципы SMO. Нетрадиционные виды SMO.
36. Анализ сайта на предмет продвижения через SMO