

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**
Контент маркетинг

Код модуля
1163797(1)

Модуль
Инновационные технологии в сервисной
деятельности

Екатеринбург

Оценочные материалы составлены автором(ами):

№ п/п	Фамилия, имя, отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Булатова Анастасия Васильевна	кандидат философских наук, без ученого звания	Доцент	культурологии и дизайна

Согласовано:

Управление образовательных программ

Е.С. Комарова

Авторы:

- Булатова Анастасия Васильевна, Доцент, культурологии и дизайна

1. СТРУКТУРА И ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ Контент маркетинг

1.	Объем дисциплины в зачетных единицах	3	
2.	Виды аудиторных занятий	Лекции Практические/семинарские занятия	
3.	Промежуточная аттестация	Зачет	
4.	Текущая аттестация	Контрольная работа	1
		Домашняя работа	1
		Проектный продукт	1
		Кейс-анализ	1

2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ (ИНДИКАТОРЫ) ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ Контент маркетинг

Индикатор – это признак / сигнал/ маркер, который показывает, на каком уровне обучающийся должен освоить результаты обучения и их предъявление должно подтвердить факт освоения предметного содержания данной дисциплины, указанного в табл. 1.3 РПМ-РПД.

Таблица 1

Код и наименование компетенции	Планируемые результаты обучения (индикаторы)	Контрольно-оценочные средства для оценивания достижения результата обучения по дисциплине
1	2	3
ОПК-2 -Способен применять методы сбора, анализа и интерпретации данных и составлять и оформлять документы и отчеты по результатам профессиональной деятельности	П-2 - Проводить, применяя методы, сбор и анализ данных, характерных для своей профессиональной области, и представлять их интерпретацию в форме научного доклада (сообщения)	Домашняя работа Зачет Контрольная работа Лекции Практические/семинарские занятия Проектный продукт
ПК-1 -Способен применять технологические новации и современное программное	Д-2 - Демонстрировать желание и способность к поиску новых знаний и обучению П-5 - Владеть опытом продвижения в социальных сетях как части маркетинговой	Домашняя работа Зачет Кейс-анализ Контрольная работа Лекции

<p>обеспечение в сфере сервиса</p>	<p>стратегии компании, проекта сервисной деятельности владеть методиками позволяющими разрабатывать и размещать эффективный контент У-2 - На основе анализа проблемы и имеющихся данных, подбирать программы и сервисы, позволяющие осуществлять разработку и создание продуктов в сфере дизайна и рекламы У-3 - Выбирать и применять различные технологии интернет маркетинга для продвижения предприятия, проекта в сервисной деятельности У-4 - Использовать новейшие методы и средства получения, хранения и обработки информации для решения проблем сервисной деятельности</p>	<p>Практические/семинарские занятия Проектный продукт</p>
<p>ПК-4 -Способен осуществлять исследование рынка, организовывать продажи и продвижение сервисных продуктов</p>	<p>Д-1 - Готовность к порождению принципиально новых необычных идей, решений, отклоняющихся от традиционных или принятых схем З-2 - Основные принципы осуществления маркетинговой деятельности предприятия в сфере сервиса З-4 - Понятие комплекса маркетинговых коммуникаций и отдельных его составляющих П-1 - Разрабатывать стратегии продажи и продвижения сервисных продуктов П-2 - Предлагать концепции и готовые решения планируемых продуктов маркетинга для предприятий сервиса У-2 - Выбирать методы маркетинговых исследований для решения проблем предприятия сервиса У-3 - Анализировать информацию, полученную в ходе маркетинговых</p>	<p>Домашняя работа Зачет Кейс-анализ Контрольная работа Лекции Практические/семинарские занятия Проектный продукт</p>

	<p>исследований и предлагать стратегии маркетинговой деятельности предприятия сервиса</p> <p>У-4 - Предлагать варианты решений, в том числе и креативных для маркетинговой деятельности предприятия сервиса</p> <p>У-5 - Оценивать маркетинговую политику предприятия сервиса</p>	
<p>ПК-10 -Способен к планированию и реализации коммуникационной деятельности предприятия сервиса</p>	<p>З-1 - Особенности и основные принципы функционирования интегрированных маркетинговых коммуникаций в сфере сервиса</p> <p>З-2 - Виды коммуникативных продуктов, требования к их формированию и оценке эффективности</p> <p>П-2 - Разрабатывать коммуникативные продукты, используя современные технологии и методики</p> <p>П-3 - Анализировать коммуникативную деятельность предприятия сервиса, используя соответствующие проблеме методики</p> <p>У-3 - Выбирать средства, методы и методики для решения проблем в сфере коммуникативной деятельности предприятия сервиса</p> <p>У-4 - Предлагать способы решения в том числе и нестандартные для решения проблем в коммуникативной деятельности предприятия сервиса</p>	<p>Домашняя работа</p> <p>Зачет</p> <p>Лекции</p> <p>Практические/семинарские занятия</p> <p>Проектный продукт</p>
<p>ПК-13 -Способен проектировать, создавать и /или продвигать эффективный рекламный, художественный продукт, основанный на применении</p>	<p>Д-1 - Проявлять аналитические умения, критическое и логическое мышление.</p> <p>Д-2 - Демонстрировать желание и способность к поиску новых знаний и обучению</p> <p>Д-3 - Готовность к порождению принципиально новых необычных идей, решений отклоняющихся от</p>	<p>Домашняя работа</p> <p>Зачет</p> <p>Лекции</p> <p>Практические/семинарские занятия</p> <p>Проектный продукт</p>

<p>инновационных технологий</p>	<p>традиционных или принятых схем З-2 - Правовые, этические и эстетические аспекты создания рекламных, художественных объектов З-6 - Информационно-программное обеспечение для разработки, создания, продвижения проектов, продуктов в сфере дизайна и рекламы П-4 - Использовать для разработки и создания, продвижения информационно-программное обеспечение У-3 - Определять цели, задачи, методы и средства для создания рекламного и дизайнерского продукта У-4 - Выбирать методы и способы продвижения и распространения рекламного, дизайнерского продукта У-5 - Находить нестандартные, креативные решения для создаваемых продуктов в соответствии с пожеланиями заказчиков У-6 - Выбирать и применять современное информационно-программное обеспечение для создания, разработки и продвижения проектов, продуктов в сфере дизайна и рекламы</p>	
<p>ПК-14 -Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности</p>	<p>Д-2 - Демонстрировать желание и способность к поиску новых знаний и обучению З-3 - Назвать программное обеспечение и сервисы для осуществления профессиональной деятельности по продвижению в сети Internet П-6 - Использовать аналитические данные полученные из информационных программ и сервисов в процессе решения</p>	<p>Домашняя работа Зачет Кейс-анализ Контрольная работа Лекции Практические/семинарские занятия Проектный продукт</p>

	<p>проблем сервисной деятельности</p> <p>У-3 - Выбирать и применять различные информационные технологии и сервисы интернет маркетинга для продвижения предприятия, проекта, продукта в сервисной деятельности</p>	
--	---	--

3. ПРОЦЕДУРЫ КОНТРОЛЯ И ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ В РАМКАХ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ В БАЛЬНО-РЕЙТИНГОВОЙ СИСТЕМЕ (ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА БРС)

3.1. Процедуры текущей и промежуточной аттестации по дисциплине

1. Лекции: коэффициент значимости совокупных результатов лекционных занятий – 0.5		
Текущая аттестация на лекциях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
<i>домашняя работа</i>	4,8	40
<i>контрольная работа</i>	4,6	40
<i>кейс-анализ</i>	4,4	20
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лекциям – 0.5		
Промежуточная аттестация по лекциям – зачет		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по лекциям – 0.5		
2. Практические/семинарские занятия: коэффициент значимости совокупных результатов практических/семинарских занятий – 0.5		
Текущая аттестация на практических/семинарских занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
<i>проектный продукт</i>	4,14	40
<i>Работа на занятии</i>	4,16	60
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по практическим/семинарским занятиям– 1		
Промежуточная аттестация по практическим/семинарским занятиям–нет		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по практическим/семинарским занятиям– не предусмотрено		
3. Лабораторные занятия: коэффициент значимости совокупных результатов лабораторных занятий –не предусмотрено		
Текущая аттестация на лабораторных занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах

Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по лабораторным занятиям -не предусмотрено		
Промежуточная аттестация по лабораторным занятиям –нет		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по лабораторным занятиям – не предусмотрено		
4. Онлайн-занятия: коэффициент значимости совокупных результатов онлайн-занятий –не предусмотрено		
Текущая аттестация на онлайн-занятиях	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
Весовой коэффициент значимости результатов текущей аттестации по онлайн-занятиям -не предусмотрено		
Промежуточная аттестация по онлайн-занятиям –нет		
Весовой коэффициент значимости результатов промежуточной аттестации по онлайн-занятиям – не предусмотрено		

3.2. Процедуры текущей и промежуточной аттестации курсовой работы/проекта

Текущая аттестация выполнения курсовой работы/проекта	Сроки – семестр, учебная неделя	Максимальная оценка в баллах
Весовой коэффициент текущей аттестации выполнения курсовой работы/проекта– не предусмотрено		
Весовой коэффициент промежуточной аттестации выполнения курсовой работы/проекта– защиты – не предусмотрено		

4. КРИТЕРИИ И УРОВНИ ОЦЕНИВАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ

4.1. В рамках БРС применяются утвержденные на кафедре/институте критерии (признаки) оценивания достижений студентов по дисциплине модуля (табл. 4) в рамках контрольно-оценочных мероприятий на соответствие указанным в табл.1 результатам обучения (индикаторам).

Таблица 4

Критерии оценивания учебных достижений обучающихся

Результаты обучения	Критерии оценивания учебных достижений, обучающихся на соответствие результатам обучения/индикаторам
Знания	Студент демонстрирует знания и понимание в области изучения на уровне указанных индикаторов и необходимые для продолжения обучения и/или выполнения трудовых функций и действий, связанных с профессиональной деятельностью.
Умения	Студент может применять свои знания и понимание в контекстах, представленных в оценочных заданиях, демонстрирует освоение умений на уровне указанных индикаторов и необходимых для продолжения обучения и/или выполнения трудовых функций и действий, связанных с профессиональной деятельностью.
Опыт /владение	Студент демонстрирует опыт в области изучения на уровне указанных индикаторов.

Другие результаты	<p>Студент демонстрирует ответственность в освоении результатов обучения на уровне запланированных индикаторов.</p> <p>Студент способен выносить суждения, делать оценки и формулировать выводы в области изучения.</p> <p>Студент может сообщать преподавателю и коллегам своего уровня собственное понимание и умения в области изучения.</p>
-------------------	---

4.2 Для оценивания уровня выполнения критериев (уровня достижений обучающихся при проведении контрольно-оценочных мероприятий по дисциплине модуля) используется универсальная шкала (табл. 5).

Таблица 5

Шкала оценивания достижения результатов обучения (индикаторов) по уровням

Характеристика уровней достижения результатов обучения (индикаторов)				
№ п/п	Содержание уровня выполнения критерия оценивания результатов обучения (выполненное оценочное задание)	Шкала оценивания		
		Традиционная характеристика уровня		Качественная характеристика уровня
1.	Результаты обучения (индикаторы) достигнуты в полном объеме, замечаний нет	Отлично (80-100 баллов)	Зачтено	Высокий (В)
2.	Результаты обучения (индикаторы) в целом достигнуты, имеются замечания, которые не требуют обязательного устранения	Хорошо (60-79 баллов)		Средний (С)
3.	Результаты обучения (индикаторы) достигнуты не в полной мере, есть замечания	Удовлетворительно (40-59 баллов)		Пороговый (П)
4.	Освоение результатов обучения не соответствует индикаторам, имеются существенные ошибки и замечания, требуется доработка	Неудовлетворительно (менее 40 баллов)	Не зачтено	Недостаточный (Н)
5.	Результат обучения не достигнут, задание не выполнено	Недостаточно свидетельств для оценивания		Нет результата

5. СОДЕРЖАНИЕ КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ МОДУЛЯ

5.1. Описание аудиторных контрольно-оценочных мероприятий по дисциплине модуля

5.1.1. Лекции

Самостоятельное изучение теоретического материала по темам/разделам лекций в соответствии с содержанием дисциплины (п. 1.2. РПД)

5.1.2. Практические/семинарские занятия

Примерный перечень тем

1. Специфика и особенности использования контент маркетинга
2. Способы и каналы продвижения созданного контента
3. Виды контента
4. Типы контента
5. Анализ контента
6. Составление контентной стратегии
7. Анализ конкурентов в контент маркетинге
8. Триггеры вовлеченности
9. Контент план
10. Контент маркетинг в различных сферах
11. сторителлинг в контент маркетинге
12. Анализ эффективности в контент маркетинге
13. Защита личных проектов по разработке контент-стратегии и контент плана

Примерные задания

Тема: сторителлинг в контент маркетинге

План:

1. сторителлинг как инструмент и способ создания эффективного контента.
2. Примеры применения в различных сферах. сторителлинг для продвижения и позиционирования.
3. Разработка контента для группы ВК с использованием сторителлинга: лонгрид, видео, комикс и тд.

LMS-платформа – не предусмотрена

5.2. Описание внеаудиторных контрольно-оценочных мероприятий и средств текущего контроля по дисциплине модуля

Разноуровневое (дифференцированное) обучение.

Базовый

5.2.1. Контрольная работа

Примерный перечень тем

1. Анализ контент стратегии по выбранной теме
2. Специфика каналов продвижения контента

Примерные задания

В ходе работы студент должен проанализировать контент, размещенный на сайте или в группе в социальной сети. Проанализировать цели контента, тематику, конкурентов, типы и виды контента, триггеры вовлеченности. Дать заключение о эффективности контентной стратегии.

В ходе работы студент должен проанализировать один из каналов продвижения проекта на конкретном примере.

Выберите площадку в сети Интернет на которой можно можно выкладывать контент с определенной целью, проанализируйте ее особенности и специфику, правила, том числе и

правила коммерческого использования, нюансы работы. Можно использовать кейсы, собственный опыт работы. Допускается работа в команде (2 человека).

Отчет в виде текста или презентации.

LMS-платформа – не предусмотрена

5.2.2. Домашняя работа

Примерный перечень тем

1. Создание контента для ОП "Сервис" на сайте университета

Примерные задания

Проведите анализ страниц ОП "Сервис" на сайте.

Определите целевую аудиторию, цели контента.

Проанализируйте аналогичные страницы образовательных программ.

Используя позиционирование, предложите стратегию и примеры возможной реализации.

Используя знания об особенностях разного вида контента, его специфики. Найти креативную идею для контента. Предложить виды и типы контента исходя из возможностей места размещения.

Создать контент (текст, фото и видеоматериалы, инфографика) на основании проведенных исследований.

Задание должно быть выполнено в соответствии с техническими требованиями сайта. Можно работать в команде.

LMS-платформа – не предусмотрена

5.2.3. Проектный продукт

Примерный перечень тем

1. Разработка контент стратегии и контент плана для личного проекта

Примерные задания

Разработать контент-стратегию и контент план для личного проекта (развитие личного бренда, компании, организации, проекта, события). Проект может уже существовать, так и создаваться с нуля.

Представить проект в виде презентации, отдельные части документа могут выполнены в других форматах. Для разработки можно использовать примерную структуру приведенную ниже.

- Основные цели и задачи плюс триггеры эффективности.

- Целевая аудитория (портрет, типология потребителей).

- Польза для потребителей.

- Тематика.

- Анализ конкурентов.

- CJM

- Площадки размещения контента

- Бриф.

- Формулирование стратегии.

- Контент план. Необходимо создать годовой контент план с разбивкой на месяцы или недели.

- Виды и типы контента, который будет использоваться и почему.
 - Триггеры вовлеченности.
 - Команда проекта.
 - Сервисы, используемые для разработки и размещения контента
- 3-4 материала разного характера должны быть представлены в развернутом виде (в том, как это будет опубликовано).
- Защитить на практическом занятии.
- LMS-платформа – не предусмотрена

5.2.4. Кейс-анализ

Примерный перечень тем

1. Анализ контента

Примерные задания

Необходимо выбрать контент из прилагаемых ссылок и прикрепленных материалов.

Проанализировать их по следующим пунктам:

Общие сведения: автор, название, тематика, ресурс (если есть). Насколько они влияют на понимание контента.

Соответствие ресурса и тематики, контекст размещения, оформление (включая анализ изображений и текста). Как это влияет на понимание.

Цели и задачи контента: декларируемые (если есть) и реальные.

Целевая аудитория (включая использование типологий).

Тип и вид контента.

Визуальный и аудиальный ряд. Цветовое, композиционные решение, драматургия (история), дизайн, обработка видео, озвучивание текста, роль автора (в кадре за кадром), спецэффекты и тд.), Привлечение внимания к каким моментам? Запоминаемость.

Триггеры.

Коммуникативная модель. Доказать используя примеры из текста.

Какие когнитивные искажения используются в тексте? Примеры из текста.

Какие способы и методы манипулирования поведением потребителя? Примеры из текста.

Общий вывод.

Задание оформить в виде текста. Структура текста: обложка, текст, выводы, источники.

Примерные ссылки для анализа:

https://vk.com/more_wool

https://vk.com/by_fangahra

<https://vk.com/erundoplik>

<https://vk.com/radivaska>

https://vk.com/duhi_lesnoy_malinovki

LMS-платформа – не предусмотрена

5.3. Описание контрольно-оценочных мероприятий промежуточного контроля по дисциплине модуля

5.3.1. Зачет

Список примерных вопросов

1. Понятие, сущность и специфика контент маркетинга

2. Сферы использования контент маркетинга
 3. Виды контента
 4. Типы контента
 5. Особенности текстового контента
 6. Особенности визуального контента
 7. Особенности аудио контента
 8. Контент план
 9. Составление контент-стратегии
 10. Продвижение развлекательных и образовательных мероприятий
 11. Продвижение через сайт
 12. Продвижение в блоге
 13. Метрики эффективности контент маркетинга
 14. Триггеры вовлеченности в контент маркетинге
 15. Продвижение контента на тематических площадках
 16. Способы и каналы продвижения созданного контента
 17. Продвижение контента в социальных сетях
 18. Продающий контент
 19. CJM в контент маркетинге
- LMS-платформа – не предусмотрена

5.4 Содержание контрольно-оценочных мероприятий по направлениям воспитательной деятельности

Направление воспитательной деятельности	Вид воспитательной деятельности	Технология воспитательной деятельности	Компетенция	Результаты обучения	Контрольно-оценочные мероприятия
Формирование информационной культуры в сети интернет	целенаправленная работа с информацией для использования в практических целях	Технология повышения коммуникативной компетентности	ПК-1	У-3	Практические/семинарские занятия