

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

для проведения текущей и промежуточной аттестации

по учебной дисциплине (модулю)

«Маркетинговые и социологические исследования»

для направления подготовки/специальности 42.04.01 Реклама и связи с
общественностью

Направленность программы: _Продюсирование медиаконтента

1. Описание показателей (дескрипторов) и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Контроль качества освоения дисциплины (модуля) включает в себя текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию. Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация обучающихся проводятся в целях установления соответствия достижений обучающихся поэтапным требованиям образовательной программы к результатам обучения и формирования компетенций

4	2	экзамен	180	ОПК-4 ОПК-7 ПК-5	4	8	132
---	---	---------	-----	------------------------	---	---	-----

Компетенции	Показатели (дескрипторы)	Критерии в соответствии с уровнем освоения ОП			Оценочное средство (промежуточная аттестация)
		пороговый (удовлетворительно) 55-69 баллов	стандартный (хорошо) 70-84 балла	эталонный (отлично) 85-100 баллов	
ОПК-4	Знать	Теоретические основы социологии аудитории и медиапотребления Методы и инструменты изучения аудитории (количественные и качественные)	Основы социальной психологии и особенности восприятия медиаконтента Принципы сегментирования аудитории и построения пользовательских персонажей	Современные тренды в области медиапотребления и их социальные детерминанты Методы прогнозирования спроса на медиапродукты	
	Уметь	Проводить комплексное исследование аудитории и ее потребностей Анализировать и интерпретировать данные о медиапредпочтениях различных социальных групп	Строить прогнозы развития спроса на медиапродукты Разрабатывать концепции медиапродуктов, ориентированные на конкретные сегменты аудитории	Адаптировать медиатексты под особенности восприятия целевых групп Оценивать эффективность удовлетворения спроса на медиапродукты	

	Владеть	<p>Навыками проведения количественных и качественных исследований аудитории</p> <p>Методами анализа и визуализации данных о медиапотреблении</p>	<p>Технологиями создания пользовательских персонажей и карт эмпатии</p> <p>Инструментами прогнозирования медиапредпочтений аудитории</p>	<p>Навыками разработки медиапродуктов, ориентированных на удовлетворение выявленного спроса</p> <p>Методами оценки удовлетворенности аудитории и корректировки медиапродуктов</p>	
ОПК-7	Знать	<p>Теоретические основы медиавоздействия и социальных эффектов медиа</p> <p>Принципы и стандарты социальной ответственности в медиасфере</p>	<p>Методы оценки и прогнозирования медиаэффектов</p> <p>Правовые и этические нормы регулирования медиадеятельности</p>	<p>Особенности восприятия медиаинформации различными социальными группами</p> <p>Технологии минимизации негативных последствий медиавоздействия</p>	
	Уметь	<p>Проводить комплексную оценку потенциальных эффектов медиапродуктов</p> <p>Прогнозировать краткосрочные и долгосрочные последствия медиавоздействия</p>	<p>Разрабатывать превентивные меры по снижению рисков негативного медиавоздействия</p> <p>Оценивать соответствие медиапродуктов принципам социальной ответственности</p>	<p>Анализировать кейсы успешного и неудачного медиавоздействия</p> <p>Разрабатывать рекомендации по повышению социальной эффективности медиапродуктов</p>	
	Владеть	<p>Методами экспертизы медиапродуктов на предмет социальных последствий</p> <p>Технологиями прогнозирования медиаэффектов</p>	<p>Навыками разработки этических стандартов для медиапроектов</p> <p>Инструментами оценки социальной ответственности медиадеятельности</p>	<p>Методами минимизации негативных социальных последствий</p> <p>Навыками коммуникации с stakeholders по вопросам социальной ответственности</p>	
ПК-5	Знать	<p>Методологию проектно-аналитической деятельности в медиасфере</p> <p>Основы маркетинговых и социологических исследований в медиаиндустрии</p>	<p>Принципы бизнес-моделирования и финансового планирования медиапроектов</p> <p>Особенности правового регулирования медиадеятельности</p>	<p>Современные тренды развития медиаиндустрии и цифровой трансформации</p> <p>Методы оценки эффективности и рисков медиапроектов</p>	

	Уметь	Проводить комплексный анализ медиарынка и выделять перспективные ниши Формулировать концепции медиапроектов на основе аналитических данных	Разрабатывать бизнес-планы и финансовые модели медиапроектов Оценивать риски и возможности реализации медиапроектов	Формировать систему показателей для оценки эффективности медиапроектов Адаптировать проектные решения под изменяющиеся условия рынка	
	Владеть	Навыками проведения маркетинговых и социологических исследований Методами стратегического анализа и прогнозирования в медиасфере	Технологиями бизнес-моделирования и финансового планирования Инструментами управления проектами в медиаиндустрии	Навыками презентации и защиты проектных решений Методами оценки эффективности медиапроектов	

Показатели (дескрипторы) перечисляются по всей компетенции, если индикаторы компетенции сформулированы в виде «действия».

2. Описание критериев и шкал оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю)

2.1. Критерии и шкалы оценивания результатов обучения при проведении текущего контроля успеваемости

Текущий контроль предназначен для проверки хода и качества формирования компетенций, стимулирования учебной работы обучающихся и совершенствования методики освоения новых знаний. Он обеспечивается проведением семинаров, оцениванием контрольных заданий, проверкой конспектов лекций, выполнением индивидуальных и творческих заданий, периодическим опросом обучающихся на занятиях. Контролируемые разделы (темы) дисциплины (модуля), компетенции и оценочные средства представлены в таблице.

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины (модуля)	Код контролируемой компетенции и/или индикаторы компетенции	Наименование оценочного средства
	Анализ данных и принятие решений: от цифр к стратегиям	ОПК-4	Решение ситуационных задач
	Проектирование исследования аудитории для нового медиапродукта	ОПК-7	Разработка программы медиаисследования

	Качественные методы: модерация фокус-группы и глубинного интервью Количественные методы: анализ данных и построение выводов	ПК-5	презентация на основе исследовательских данных
	Подготовка презентации медиапродукта	ПК-5	Аналитический отчет по исследованию аудитории медиапроекта

Критерии и шкала оценивания аналитического отчета

<i>Оценка</i>	<i>Критерий оценки</i>
«зачтено»	<i>Обучающийся показал достаточные навыки в анализе, присутствуют: глубина анализа данных, обоснованность выводов, практическая ценность рекомендаций, качество оформления отчета</i>
«не зачтено»	<i>При выполнении отчета студент продемонстрировал недостаточный уровень владения умениями и навыками при решении профессиональных задач в рамках усвоенного учебного материала. Допущено множество неточностей.</i>

Критерии оценивания разработки программы медиаисследования

<i>Оценка</i>	<i>Критерий оценки</i>
«зачтено»	<i>Обучающийся сформулировал проблемы и цели исследования, определил объекта и предмета исследования, выбрал логичные методы сбора и анализа данных, разработал инструментарий (анкета/гайд интервью) и план реализации и бюджет исследования.</i>
«не зачтено»	<i>При подготовке программы студент продемонстрировал недостаточный уровень владения умениями и навыками при решении профессиональных задач в рамках усвоенного учебного материала. Допущено множество неточностей.</i>

Критерии оценивания решения ситуационных задач

<i>Оценка</i>	<i>Критерий оценки</i>
«зачтено»	<i>Обучающийся продемонстрировал корректность методологии, глубину анализа, практическую ориентированность решений</i>
«не зачтено»	<i>При решении задач студент продемонстрировал недостаточный уровень владения умениями и навыками при решении профессиональных задач в рамках усвоенного учебного материала. Допущено множество неточностей.</i>

Критерии оценивания презентация на основе исследовательских данных

<i>Оценка</i>	<i>Критерий оценки</i>
«зачтено»	<i>Обучающийся обосновал концепцию проекта данными исследований</i>

	<i>рынка, представил портрет целевой аудитории, доказал коммерческий потенциал на основе аналитики, использовал актуальные исследовательские данные</i>
<i>«не зачтено»</i>	<i>При подготовке презентации студент продемонстрировал недостаточный уровень владения умениями и навыками при решении профессиональных задач в рамках усвоенного учебного материала. Допущено множество неточностей.</i>

Критерии оценок текущей успеваемости разрабатываются кафедрой по каждой читаемой ею дисциплине, обсуждаются на кафедре и утверждаются заведующим кафедрой.

2.2. Критерии и шкалы оценивания результатов обучения при проведении промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация предназначена для определения уровня освоения всего объема учебной дисциплины (модуля). Для оценивания результатов обучения при проведении промежуточной аттестации используется _____ шкала (*указывается шкала обучения в соответствии с таблицей*).

Основные виды систем оценивания

Европейская	100-балльная	4-балльная	2-балльная
A	94-100	отлично	зачтено
A-	90-94		
B+	85-89		
B	80-84	хорошо	
B-	75-79		
C+	70-74		
C	65-69	удовлетворительно	
C-	60-64		
D	55-59		
F	50-54	неудовлетворительно	не зачтено

Например:

1. Промежуточная аттестация предназначена для определения уровня освоения всего объема учебной дисциплины. Для оценивания результатов обучения при проведении промежуточной аттестации используется двухбалльная шкала: «зачтено», «не зачтено».

<i>Шкала оценивания</i>	<i>Критерии оценивания</i>	<i>Уровень освоения компетенций</i>
-------------------------	----------------------------	-------------------------------------

«зачтено»	Обучающийся правильно ответил на теоретические вопросы. Показал отличные знания в рамках учебного материала. Правильно выполнил практические задания. Ответил на все дополнительные вопросы	Эталонный
	Обучающийся с небольшими неточностями ответил на теоретические вопросы. Показал хорошие знания в рамках учебного материала. С небольшими неточностями выполнил практические задания. Ответил на большинство дополнительных вопросов	Стандартный
	Обучающийся с существенными неточностями ответил на теоретические вопросы. Показал удовлетворительные знания в рамках учебного материала. С существенными неточностями выполнил практические задания. Допустил много неточностей при ответе на дополнительные вопросы	Пороговый
«не зачтено»	Обучающийся при ответе на теоретические вопросы и при выполнении практических заданий продемонстрировал недостаточный уровень знаний и умений. При ответах на дополнительные вопросы было допущено множество неправильных ответов	Компетенции не сформированы

2. Промежуточная аттестация предназначена для определения уровня освоения всего объема учебной дисциплины. Для оценивания результатов обучения при проведении промежуточной аттестации используется четырехбалльная шкала: «Отлично», «Хорошо», «Удовлетворительно», «Неудовлетворительно».

Шкала оценивания	Критерии	Уровень освоения компетенций
Отлично	наличие глубоких и исчерпывающих знаний в объеме пройденного программного материала, правильные и уверенные действия по применению полученных знаний на практике, грамотное и логически стройное изложение материала при ответе, знание дополнительно рекомендованной литературы	Эталонный
Хорошо	наличие твердых и достаточно полных знаний программного материала, незначительные ошибки при освещении заданных вопросов, правильные действия по применению знаний на практике, четкое изложение материала	Стандартный
Удовлетворительно	наличие твердых знаний пройденного материала, изложение ответов с ошибками, уверенно исправляемыми после дополнительных вопросов, необходимость наводящих вопросов, правильные действия по применению знаний на практике	Пороговый
Неудовлетворительно	наличие грубых ошибок в ответе, непонимание сущности излагаемого вопроса, неумение применять знания на практике, неуверенность и неточность ответов на дополнительные и наводящие вопросы.	Компетенции не сформированы

3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

3.1. Оценочные средства текущего контроля успеваемости

В данном разделе представляются типовые контрольные задания, контрольные работы, тесты, типовые контрольные задания для выполнения разноуровневых задач, тексты ситуационных задач, кейс-задачи, варианты заданий для проведения круглого стола, вопросы для дискуссий, темы рефератов, перечень докладов и др., в соответствии с определенными оценочными средствами.

Аналитический отчет по исследованию аудитории медиапроекта

Формат: Письменная работа (объем 10-15 страниц)

Цель оценивания: Проверить умение проводить комплексный анализ аудитории и формулировать практические рекомендации для продюсера.

Задание: проведите вторичное исследование целевой аудитории для конкретного медиапроекта (сериал, подкаст, цифровая платформа).

Проанализируйте демографические, психографические и поведенческие характеристики аудитории

Используйте данные Mediascore, ВЦИОМ, отраслевые отчеты

Подготовьте рекомендации по: контентной стратегии, позиционированию, каналам продвижения.

Разработка программы медиаисследования

Формат: Проектное задание

Цель оценивания: Оценить способность разрабатывать программу исследования под конкретные задачи продюсера.

Задание:

Разработайте программу исследования для нового медиапродукта:

- Формулировка проблемы и целей исследования
- Определение объекта и предмета исследования
- Выбор методов сбора и анализа данных
- Разработка инструментария (анкета/гайд интервью)
- План реализации и бюджет исследования\

презентация на основе исследовательских данных

Формат: устное выступление с презентацией (10-12 минут)

Цель оценивания: проверить умение использовать данные исследований для обоснования медиапроекта.

Задание: подготовьте питч-презентацию нового медиапроекта, где:

- Обоснуйте концепцию проекта данными исследований рынка
- Представьте портрет целевой аудитории
- Докажите коммерческий потенциал на основе аналитики
- Ответьте на вопросы "инвесторов" (преподаватель и студенты)

5. Экзамен: решение ситуационных задач

Формат: Письменное задание

Цель оценивания: Комплексно оценить усвоение методик и их применение в практических ситуациях.

Задание:

Решите 3 ситуационные задачи:

1. **Задача на сегментацию аудитории:** Предложите методологию сегментации для нового streaming-сервиса
2. **Задача на выбор методов исследования:** Обоснуйте выбор методов для тестирования пилота сериала
3. **Задача на интерпретацию данных:** Проанализируйте предоставленные данные и сформулируйте рекомендации продюсеру

3.2. Оценочные средства промежуточной аттестации

В данном разделе представляются теоретические вопросы (для оценки знаний), типовые контрольные задания (для оценки умений), типовые практические задания (для оценки навыков и (или) опыта деятельности).

Вопросы к экзамену

1. Место и роль маркетинговых исследований в цикле продюсирования медиапродукта. Опишите на конкретном примере.
2. Классификация методов медиаисследований: сравнительный анализ количественных и качественных подходов, их сильные и слабые стороны.
3. Система ключевых показателей (KPI) для оценки эффективности медиапроекта. Какие метрики и почему должен отслеживать продюсер?
4. Этические проблемы в медиаисследованиях: конфиденциальность, манипуляция данными, влияние на респондентов.
5. Тренды цифровой трансформации в медиаисследованиях: big data, нейромаркетинг, этнографические онлайн-исследования.
6. Методы сегментации медиааудитории. Какой метод наиболее эффективен для запуска нового развлекательного контента и почему?
7. Проектирование программы исследования для пилота телевизионного сериала. Опишите ключевые этапы и обоснуйте выбор методов.
8. Фокус-группы как метод тестирования медиаконтента: технология проведения, особенности модерации, ограничения метода.
9. Панельные исследования в медиаизмерениях: принципы организации, преимущества и системные ошибки.
10. Методы прогнозирования спроса на медиапродукты. Как оценить потенциальный успех проекта до его запуска?
11. Интерпретация данных медиаизмерений: рейтинг, доля, охват, вовлеченность. Как на их основе принять продюсерское решение?
12. Анализ воронки медиапотребления. Как использовать ее для оптимизации контентной стратегии?
13. Методы оценки лояльности аудитории. Как измерить и повысить лояльность к медиапродукту?
14. Бенчмаркинг в медиаиндустрии. Как проводить сравнительный анализ эффективности медиапроектов?
15. Работа с big data в медиаисследованиях: какие задачи продюсера можно решать с помощью анализа больших данных?

16. Исследование целевой аудитории для нового YouTube-канала. Какие методы вы предложите и почему?
17. Разработка анкеты для опроса зрителей после премьеры сериала. Какие блоки вопросов должны быть включены?
18. Методы тестирования названия и визуальной идентичности медиапроекта. Как выбрать наиболее эффективный вариант?
19. Исследование ценностных ориентаций аудитории. Как использовать результаты для создания востребованного контента?
20. Анализ культурных кодов в медиапродуктах. Как их идентификация помогает в создании успешного контента для разных рынков?
21. Как обосновать инвестору необходимость бюджета на исследования при запуске медиапроекта? Подготовьте аргументацию.
22. Оптимизация медиастратегии на основе исследовательских данных. Опишите алгоритм действий продюсера.
23. Оценка рисков медиапроекта с использованием исследовательских методов. Какие риски можно предвидеть и минимизировать?
24. Разработка системы мониторинга эффективности медиапроекта. Какие показатели отслеживать на разных этапах жизненного цикла?
25. Исследования как инструмент управления репутацией медиапроекта. Какие методы наиболее эффективны?

4. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

4.1. Описание процедур проведения текущего контроля успеваемости студентов

В таблице представлено описание процедур проведения контрольно-оценочных мероприятий текущего контроля успеваемости студентов, в соответствии с рабочей программой дисциплины (модуля), и процедур оценивания результатов обучения с помощью спланированных оценочных средств.

Наименование оценочного средства	Описания процедуры проведения контрольно-оценочного мероприятия и процедуры оценивания результатов обучения
Решение ситуационных задач	<i>Ситуационные задачи выдаются на практических занятиях, предшествующих изучению предлагаемой темы. Задания должны быть выполнены в установленный преподавателем срок и в соответствии с требованиями к оформлению (текстовой и графической частей). Выполненные задания в назначенный срок сдаются на проверку</i>
Разработка программы медиаисследования	<i>Преподаватель не менее, чем за неделю до срока презентации программы должен довести до сведения обучающихся предлагаемые темы исследований. Программы медиаисследования в назначенный срок сдаются на проверку преподавателю.</i>
презентация на основе	<i>Презентации должны быть выполнены в установленный преподавателем срок и в соответствии с требованиями к</i>

исследовательских данных	<i>оформлению (текстовой и графической частей). Выполненные задания в назначенный срок сдаются на проверку</i>
Аналитический отчет по исследованию аудитории медиапроекта	<i>Отчеты должны быть выполнены в установленный преподавателем срок и в соответствии с требованиями к оформлению (текстовой и графической частей). Выполненные задания в назначенный срок сдаются на проверку</i>

4.2. Описание процедур проведения промежуточной аттестации

Экзамен

При определении уровня достижений обучающихся на экзамене обращается особое внимание на следующее:

- дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос;
- показана совокупность осознанных знаний об объекте, проявляющаяся в свободном оперировании понятиями, умении выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи;
- знание об объекте демонстрируются на фоне понимания его в системе данной дисциплины (модуля) и междисциплинарных связей;
- ответ формулируется в терминах дисциплины (модуля), изложен литературным языком, логичен, доказателен, демонстрирует авторскую позицию обучающегося;
- теоретические постулаты подтверждаются примерами из практики.