

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Усынин Максим Валерьевич  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 23.03.2026 14:23:51  
Уникальный программный ключ:  
f498e59e83f65dd7c5ce7bb8a25c0b0bb55e0e58

**Частное образовательное учреждение высшего образования  
«Международный Институт Дизайна и Сервиса»  
(ЧОУВО МИДиС)**

**Кафедра гостеприимства и международных бизнес-коммуникаций**

**ФОНД  
ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО  
КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ  
АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ  
SMM И БЛОГИНГ**

Направление подготовки: 43.03.01 Сервис  
Направленность (профиль): Ивент-менеджмент и продюсирование  
Квалификация выпускника: Бакалавр

Автор-составитель: Коротков Е.А.

**СОДЕРЖАНИЕ**

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.....	3
2. Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания .....	4
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.....	6
4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы.....	9

# 1. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ С УКАЗАНИЕМ ЭТАПОВ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины «SMM и блогинг» направлен на формирование следующих компетенций:

Код и наименование компетенций выпускника	Код и наименование индикатора достижения компетенций
УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1. Знает методики сбора, обработки и обобщения информации, методики системного подхода для решения поставленных задач
	УК-1.2. Умеет анализировать и систематизировать разнородные данные, осуществлять критический анализ и синтез информации, полученной из разных источников, оценивать эффективность процедур анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности
	УК-1.3. Владеет методами научного сбора, обработки и обобщения информации, практической работы с информационными источниками; методами системного подхода для решения поставленных задач
УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	УК-4.1. Знает принципы построения устного и письменного высказывания на государственном и иностранном языках; требования к деловой устной и письменной коммуникации
	УК-4.2. Умеет применять на практике устную и письменную деловую коммуникацию
	УК-4.3. Владеет методикой составления суждения в межличностном деловом общении на государственном и иностранном языках, с применением адекватных языковых форм и средств
ПК-1. Способен осуществлять маркетинговый анализ эффективного развития проектов в области торгово-промышленных выставок, сервиса, а также продвижение товаров и услуг в сети Интернет на национальном и международном уровнях	ПК-1.1. Осуществляет мониторинг развития отраслей, связанных с тематикой торгово-промышленных выставок и событийных мероприятий
	ПК-1.2 Умеет формировать концепцию торгово-промышленных выставок и событийных мероприятий, выбирать методы и инструменты продвижения продуктов в сети Интернет
	ПК-1.3 Применяет методы анализа маркетинговой информации, организации деловых мероприятий, связанных с тематикой торгово-промышленных выставок и событийных мероприятий на национальном и международном уровнях

№ п/п	Код компетенции	Наименование компетенции	Этапы формирования компетенций
1.	УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	<p><i>1 Этап - знать:</i> УК-1.1. методики сбора, обработки и обобщения информации, методики системного подхода для решения поставленных задач</p> <p><i>2 Этап - уметь:</i> УК-1.2. анализировать и систематизировать разнородные данные, осуществлять критический анализ и синтез информации, полученной из разных источников, оценивать эффективность процедур анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности</p> <p><i>3 Этап - владеть:</i> УК-1.3. методами научного сбора, обработки и обобщения информации, практической работы с информационными источниками; методами системного подхода для решения поставленных задач</p>
2.	УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	<p><i>1 Этап - знать:</i> УК-4.1. принципы построения устного и письменного высказывания на государственном и иностранном языках; требования к деловой устной и письменной коммуникации</p> <p><i>2 Этап - уметь:</i> УК-4.2. применять на практике устную и письменную деловую коммуникацию</p> <p><i>3 Этап - владеть:</i> УК-4.3. методикой составления суждения в межличностном деловом общении на государственном и иностранном языках, с применением адекватных языковых форм и средств</p>
3.	ПК-1	Способен осуществлять маркетинговый анализ эффективного развития проектов в области торгово-промышленных выставок, сервиса, а также продвижение товаров и услуг в	<p><i>1 Этап - знать:</i> ПК-1.1. процесс осуществления мониторинга развития отраслей, связанных с тематикой торгово-промышленных выставок и событийных мероприятий</p> <p><i>2 Этап - уметь:</i> ПК-1.2. формировать концепцию торгово-промышленных выставок и событийных мероприятий, выбирать методы и инструменты продвижения продуктов в сети Интернет</p>

	сети Интернет на национальном и международном уровнях	и	3 Этап - владеть: ПК-1.3. методами анализа маркетинговой информации, организации деловых мероприятий, связанных с тематикой торгово-промышленных выставок и событийных мероприятий на национальном и международном уровнях
--	---	---	---

## 2. ПОКАЗАТЕЛИ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ НА РАЗЛИЧНЫХ ЭТАПАХ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ, ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ

№ п/п	Код компетенции	Наименование компетенции	Критерии оценивания компетенций на различных этапах формирования	Шкала оценивания
1.	УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	<p>1 Этап - знать: УК-1.1. методики сбора, обработки и обобщения информации, методики системного подхода для решения поставленных задач</p> <p>2 Этап - уметь: УК-1.2. анализировать и систематизировать разнородные данные, осуществлять критический анализ и синтез информации, полученной из разных источников, оценивать эффективность процедур анализа проблем и принятия решений в профессиональной деятельности</p> <p>3 Этап - владеть: УК-1.3. методами научного сбора, обработки и обобщения информации, практической работы с информационными источниками; методами системного подхода для решения поставленных задач</p>	<p>Зачет:</p> <p><b>Оценка «Зачтено»:</b> выставляется студенту, если он справился с тестом. Работа удовлетворяет требованиям к формированию профессиональных компетенций. Количество правильных ответов составляет 21 - 72 баллов.</p> <p><b>Оценка «Не зачтено»</b> выставляется студенту, если он не справился с тестом.</p>
	УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	<p>1 Этап - знать: УК-4.1. принципы построения устного и письменного высказывания на государственном и иностранном языках; требования к деловой устной и письменной коммуникации</p> <p>2 Этап - уметь: УК-4.2. применять на практике устную и письменную деловую коммуникацию</p> <p>3 Этап - владеть: УК-4.3. методикой составления суждения в межличностном</p>	<p>Работа не удовлетворяет требованиям к формированию профессиональных компетенций. Количество правильных ответов</p>

			деловом общении на государственном и иностранном языках, с применением адекватных языковых форм и средств	составляет 20 баллов и ниже.
	ПК-1	Способен осуществлять маркетинговый анализ эффективного развития проектов в области торгово-промышленных выставок, сервиса, а также продвижение товаров и услуг в сети Интернет на национальном и международном уровнях	<p><i>1 Этап - знать:</i> ПК-1.1. процесс осуществления мониторинга развития отраслей, связанных с тематикой торгово-промышленных выставок и событийных мероприятий</p> <p><i>2 Этап - уметь:</i> ПК-1.2. формировать концепцию торгово-промышленных выставок и событийных мероприятий, выбирать методы и инструменты продвижения продуктов в сети Интернет</p> <p><i>3 Этап - владеть:</i> ПК-1.3. методами анализа маркетинговой информации, организации деловых мероприятий, связанных с тематикой торгово-промышленных выставок и событийных мероприятий на национальном и международном уровнях</p>	

**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**

## **1 ЭТАП – ЗНАТЬ**

### **Вопросы к семинару для устного опроса**

1. Основы SMM и основные цели которые он преследует. Как изменился SMM за последние 5 лет? Какие тренды в SMM наиболее актуальны в 2024 году?
2. Стратегия и контент. Как разработать эффективную SMM-стратегию для бренда? Какие виды контента наиболее эффективны в социальных сетях?
3. Определение целевой аудитории. Как определить целевую аудиторию и адаптировать контент под нее? Что такое контент-план, и как его правильно составить?
4. Блогинг и личный бренд. Чем отличается блогинг от традиционного SMM? Как создать и развивать личный бренд в социальных сетях? Какие платформы лучше всего подходят для блогинга?
5. Оценки эффективности SMM-кампаний. Как работать с аналитикой социальных сетей (Вконтакте, TikTok, Telegram и др.)? Какие инструменты помогают в анализе и автоматизации SMM?
6. Разбор успешных и неудачных SMM-кампаний. Что можно из них извлечь? Какие типичные ошибки допускают начинающие SMM-специалисты и блогеры? Как реагировать на негатив и хейт в соцсетях?

## 2 ЭТАП – УМЕТЬ

При подготовке презентации пользуйтесь лекционным материалом, основной и дополнительной литературой по дисциплине. Тема презентации должна соответствовать предложенной теме из списка. Длительность сообщения – 5-7 минут.

Количество слайдов 8-10.

### Темы презентаций

1. Основные платформы в SMM и их отличия.
2. Правила разработки календаря публикаций для повышения эффективности контентной стратегии.
3. Продвижение и реклама.
4. Правовые и этические аспекты при ведении SMM и блогинга.
5. Особенности адаптации дизайна под различные платформы и форматы.

## 3 ЭТАП – ВЛАДЕТЬ

### Задание на зачет, 5 семестр

Зачет по дисциплине проходит в форме тестирования с целью проверки усвоения знаний по завершении 5 семестра.

### Итоговый тест

Тест состоит из двух частей: вопросы с выбором ответа, практические задания.

К первой части теста прилагаются ключи.

### Требования к тесту:

– Длительность: 90 минут

### Критерии оценки:

- За каждый правильный ответ в части 1 — 1 балл
- За выполнение практических заданий (часть 2) — 3 балла за каждое задание
- Максимальный балл — 72

### Оценки:

- Зачтено – 21-72 балла
- Незачтено 0-20 баллов

### Часть 1. Выберите ОДИН правильный ответ.

#### 1. Что означает аббревиатура SMM?

- a) Social Media Marketing
- б) Social Media Management
- в) Social Media Monetization
- г) Все варианты верны

2. Какой показатель в SMM означает процент пользователей, которые выполнили целевое действие (например, подписку или покупку)?

- a) CTR
- б) CPA
- в) Конверсия
- г) ER

#### 3. Какой контент чаще всего виралится в соцсетях?

- a) Длинные текстовые посты
- б) Видео и мемы
- в) PDF-презентации
- г) Аудиозаписи

#### 4. Что такое UGC в контексте SMM?

- a) Пользовательский контент (User Generated Content)

- б) Универсальный графический контент
- в) Управление группой клиентов
- г) Платная реклама

**5. Какой тип контента лучше всего подходит для вовлечения аудитории?**

- а) Опросы и вопросы
- б) Длинные статьи
- в) Ссылки на внешние сайты
- г) Рекламные баннеры

**6. Что означает KPI в SMM?**

- а) Ключевой показатель эффективности
- б) Количество подписчиков
- в) Качество публикаций и контента
- г) Количество постов в день

**7. Какой тренд в блогинге наиболее актуален в настоящее время?**

- а) Длинные тексты без изображений
- б) Короткие вертикальные видео
- в) Аудиоподкасты без визуала
- г) Форумы и чаты

**8. Что такое СТА в маркетинге?**

- а) Call To Action (призыв к действию)
- б) Content Traffic Analysis
- в) Click Through Advertising
- г) Customer Target Audience

**9. Что важнее для роста блога?**

- а) Постоянство и качественный контент
- б) Только платная раскрутка
- в) Покупка подписчиков
- г) Публикация 1 раз в месяц

**10. Что такое «хештег»?**

- а) Знак # для тематической группировки контента
- б) Платная метка для рекламы
- в) Упоминание другого пользователя
- г) Вид эмодзи

**11. Что такое «репост»?**

- а) Публикация чужого контента у себя на странице
- б) Удаление поста
- в) Создание оригинального контента
- г) Блокировка пользователя

**12. Какой показатель НЕ относится к аналитике SMM?**

- а) ER (Engagement Rate)
- б) ROI (Return on Investment)
- в) CPC (Cost Per Click)
- г) CPU (Central Processing Unit)

**13. Какой контент запрещён в большинстве соцсетей?**

- а) Пропаганда насилия и дезинформация
- б) Пользовательские отзывы
- в) Образовательные посты
- г) Юмор и мемы

**14. Что такое охват (reach) в SMM?**

- а) Количество пользователей, увидевших пост
- б) Количество лайков под постом

в) Количество переходов на сайт

**15. Какой показатель лучше всего отражает вовлеченность (engagement)?**

а) Общее число подписчиков

б) Сумма лайков, комментариев и репостов

в) Количество показов

**16. Какой показатель важнее для бренда, который продает товары через соцсети?**

а) Охват

б) Конверсия

**Итого: 60**

**Часть 2. Выполните решение практических задач.**

1. Эмодзи-копирайтинг: Опишите преимущества доставки еды, используя только 5 эмодзи.

2. Создайте СТА (призыв к действию) для статьи: «Как выбрать ноутбук для работы». Цель: подтолкнуть к комментарию или переходу в магазин.

3. Создайте описание для сторис:

Продукт: онлайн-курс по фотографии.

Задача: заинтересовать и подтолкнуть к переходу по ссылке.

Ограничение: до 15 слов.

4. Перепишите скучный текст в продающий:

Было: «*Наш курс поможет вам научиться копирайтингу. Записывайтесь!*»

Переделайте динамично, с эмоциями.

**12 баллов**

**Итого: 72 балла**

**Ключи к части 1:**

- |     |          |
|-----|----------|
| 1.  | <b>а</b> |
| 2.  | <b>в</b> |
| 3.  | <b>б</b> |
| 4.  | <b>б</b> |
| 5.  | <b>а</b> |
| 6.  | <b>а</b> |
| 7.  | <b>б</b> |
| 8.  | <b>а</b> |
| 9.  | <b>а</b> |
| 10. | <b>а</b> |
| 11. | <b>а</b> |
| 12. | <b>в</b> |
| 13. | <b>а</b> |
| 14. | <b>а</b> |
| 15. | <b>б</b> |
| 16. | <b>б</b> |

#### 4. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ.

### 1 ЭТАП – ЗНАТЬ

#### *Критерии оценивания устного ответа на семинарском занятии*

**«Отлично»** – студент отлично владеет изученным материалом; демонстрирует глубокую осведомленность о проблемах, поднятых в обсуждаемой теме; свободно и адекватно реагирует на вопросы и реплики преподавателя и других участников дискуссии; убедительно доказывает свою точку зрения; приводит достаточное количество соответствующих примеров

**«Хорошо»** – студент хорошо владеет изученным материалом; демонстрирует осведомленность о проблемах, поднятых в обсуждаемой теме; адекватно реагирует на вопросы и реплики преподавателя и других участников дискуссии; может доказать свою точку зрения; приводит достаточное количество соответствующих примеров

**«Удовлетворительно»** – студент демонстрирует поверхностное владение изученным материалом; не на все вопросы преподавателя и участников семинара реагирует правильно; приводит аргументы в доказательство своей точки зрения и соответствующие примеры

**«Неудовлетворительно»** – студент не знает основного материала, не ориентируется в теме, не может ответить на вопросы преподавателя и участников семинара; не может привести примеры.

### 2 ЭТАП – УМЕТЬ

#### *Критерии оценивания презентации*

**«Отлично»** – студентом тщательно проработана тема презентации, отлично владеет фактическим материалом; способен свободно выражать свои мысли; речь сопровождается слайдами, демонстрирующими владение навыками работы с компьютером; студент свободно владеет профессиональными терминами; уверенно отвечает на вопросы аудитории; демонстрирует высокий уровень сформированности профессиональных компетенций.

**«Хорошо»** – студент проработал тему презентации; хорошо владеет профессиональными терминами, правильно отвечает на большую часть вопросов аудитории; содержание высказывания соответствует теме; речь сопровождается слайдами; студент демонстрирует средний уровень сформированности профессиональных компетенций.

**«Удовлетворительно»** – неполно проработана тема презентации; студент неуверенно отвечает на вопросы аудитории; содержание высказывания соответствует теме презентации, дополнительная поддержка (слайды, музыка, видео) не всегда отвечает высказываемой мысли; студент демонстрирует пороговый уровень сформированности профессиональных компетенций.

**«Неудовлетворительно»** – студентом не проработана тема презентации; не знает фактического материала и основной профессиональной терминологии; не может адекватно ответить на вопросы.

### **3 ЭТАП – ВЛАДЕТЬ**

#### **Зачет по дисциплине**

**Критерии оценки:**

«**Зачтено**» выставляется студенту, если он справился с тестом. Работа удовлетворяет требованиям к формированию профессиональных компетенций. Количество правильных ответов составляет 21 - 72 баллов.

«**Незачтено**» выставляется студенту, если он не справился с тестом. Работа не удовлетворяет требованиям к формированию профессиональных компетенций. Количество правильных ответов составляет 20 баллов и ниже.