

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Минцаев Магомед Шавалович

Должность: Ректор

Дата подписания: 26.11.2024 16:31:08

Уникальный программный ключ:

236bcc35c296f119d6aafdc22836b21db52dbc07971a86865a5823f9fa4304cc

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«ГРОЗНЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НЕФТЯНОЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ АКАДЕМИКА М.Д.МИЛЛИОНЩИКОВА»

Информационные системы в экономике

(наименование кафедры)

УТВЕРЖДЕН

на заседании кафедры
« 02 » 09 20 24 г., протокол № 1

Заведующий кафедрой

Л.Р. Магомаева

(подпись)

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

Социальные медиа

(наименование дисциплины)

Направление /специальность подготовки

42.03.05 Медиакоммуникации

(код и наименование направления/ специальности подготовки)

Направленность (профиль)

«Медиакоммуникации и продвижение в цифровой среде»

(наименование специализации / профиля подготовки)

Квалификация

бакалавр

(специалист / бакалавр / магистр)

Составитель Т.Р. Магомаев

(подпись)

Грозный – 2024

ПАСПОРТ
ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ
Социальные медиа

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства
5-й семестр			
1	Тема 1. Введение в социальные медиа.	ОПК-5 ПК-3	Лабораторная работа
2	Тема 2. Введение в социальные медиа.	ОПК-5	Лабораторная работа
3	Тема 3. Социальные медиа как инструмент маркетинга.	ПК-3	Лабораторная работа
4	Тема 4. Социальные медиа и политическая активность.	ОПК-5	Лабораторная работа
5	Тема 5. Социальные медиа и журналистика.	ПК-3	Лабораторная работа
6	Тема 6. Социальные медиа и культура.	ОПК-5	Лабораторная работа
7	Тема 7. Анализ данных в социальных медиа.	ОПК-5	Лабораторная работа
8	Тема 8. Безопасность и этика в социальных медиа.	ПК-3	Лабораторная работа
9	Тема 9. Тренды и будущее социальных медиа.	ОПК-5	Лабораторная работа
10	Тема 10. Тренды и будущее социальных медиа.	ПК-3	Лабораторная работа

ПЕРЕЧЕНЬ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде
1	<i>Лабораторная работа</i>	Средство проверки умений применять полученные знания по заранее определенной методике для решения задач или заданий по модулю или дисциплине в целом	Комплект заданий для выполнения лабораторных работ

2	<i>Рубежный контроль</i>	Форма проверки знаний по дисциплине в виде первой и второй рубежных аттестаций	Вопросы к аттестациям
3	<i>экзамен</i>	Итоговая форма оценки знаний	Вопросы к экзамену

ЗАДАНИЯ ДЛЯ ВЫПОЛНЕНИЯ ЛАБОРАТОРНЫХ РАБОТ

В качестве оценочных средств используются средства контроля выполнения лабораторных работ по дисциплине. Защита лабораторной работы – ответ на контрольные вопросы после выполнения лабораторной работы.

Средства текущего контроля: устный опрос (собеседование/опрос, разбор учебной ситуации на выбранную тему, подготовка устных сообщений и докладов), лабораторная работа (выполнение заданий в электронной форме на ПК).

5-й семестр

Лабораторная работа 1.

Цель лабораторной работы: «Анализ целевой аудитории»

Лабораторная работа 2.

Цель лабораторной работы: «Создание контент плана для социальной сети.»

Лабораторная работа 3.

Цель лабораторной работы: «Создание информационной стратегии для социальных медиа»

Лабораторная работа 4.

Цель лабораторной работы: «Анализ конкурентной среды в социальных медиа.»

Лабораторная работа 5.

Цель лабораторной работы: «Создание и проведение конкурса в социальной сети.»

Лабораторная работа 6.

Цель лабораторной работы: «Анализ влияния социальных медиа на формирование общественного мнения.»

Лабораторная работа 7.

Цель лабораторной работы: «Проведение социологического опроса в социальных медиа.»

Лабораторная работа 8.

Цель лабораторной работы: «Создание и продвижение блога в социальных медиа.»

Лабораторная работа 9. *Цель лабораторной работы: «Анализ информационного шума в социальных медиа.»*

Лабораторная работа 10. *Цель лабораторной работы: «Анализ влияния контента на вовлеченность аудитории в социальных медиа»*

Критерии оценки ответов на практические работы (5-й семестр)

Регламентом БРС предусмотрено всего 15 баллов за текущую работу студента. Критерии оценки разработаны, исходя из возможности ответа студентом до 9 лабораторных работ с использованием дополнительного материала по ним. (по 1-2 балла).

2 балла ставится за работу, выполненную полностью без ошибок и недочетов.

1 балл ставится за работу, выполненную полностью, но при наличии в ней негрубых ошибок и недочетов.

0 баллов ставится, если студент совсем не выполнил ни одного задания.

Максимальное количество баллов за выполнение и защиту лабораторных работ 12.

Максимально высокие баллы за текущий контроль – 15. За активное участие на лекциях и использование дополнительного материала при подготовке к занятиям студент получает дополнительно до 3 баллов.

ГРОЗНЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НЕФТЯНОЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ АКАДЕМИКА М.Д.МИЛЛИОНЩИКОВА

**Институт цифровой экономики и технологического
предпринимательства
Кафедра «Информационные системы в экономике»**

Вопросы к первой рубежной аттестации «Социальные медиа» (5-й семестр)

1. Опишите эволюцию социальных медиа от первых платформ до современных гигантов.
2. Типы социальных медиа.
3. Алгоритмы рекомендаций в социальных медиа.
4. Стратегии маркетинга в социальных медиа.
5. Риски и проблемы использования социальных медиа.
6. Этические проблемы использования социальных медиа.
7. Влияние социальных медиа на общественное мнение и политические процессы.
8. Тренды развития социальных медиа.
9. Использование социальных медиа для продвижения образовательных проектов или программ.
10. Опишите собственные навыки использования социальных медиа.

Вопросы ко второй рубежной аттестации «Социальные медиа» (5-й семестр)

- 1 Опишите основные принципы создания привлекательного контента для социальных сетей.
- 2 Какие типы взаимодействия с аудиторией в социальных медиа вы знаете? Как строить эффективное общение с пользователями?
- 3 Как используются социальные медиа для продвижения личного бренда? Какие стратегии вы можете рекомендовать?
- 4 Какие основные инструменты SMM вы знаете? Как они могут быть использованы для решения разных маркетинговых задач?
- 5 Какие риски связаны с использованием инфлюенсеров в маркетинге? Как можно минимизировать эти риски?
- 6 Как можно провести анализ конкурентной среды в социальных медиа и использовать полученные данные для улучшения собственной стратегии?
- 7 Какое влияние социальные медиа оказывают на процессы глобализации и межкультурного общения?

- 8 Как можно использовать социальные медиа для продвижения социальных инициатив и благотворительных проектов?
- 9 Какие тенденции в разработке и использовании социальных сетей вы считаете самыми важными?
- 10 Как можно использовать социальные медиа для улучшения собственных навыков и компетенций?

Критерии оценки ответов на рубежной аттестации

Регламентом БРС предусмотрено всего 20 баллов за рубежную аттестацию студента. Критерии оценки разработаны, исходя из возможности ответа студентом на 2 вопроса в билете (по 10 баллов).

10 баллов (5+) заслуживает студент, обнаруживший всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного программного материала, самостоятельно выполнивший все предусмотренные программой задания, глубоко усвоивший основную и дополнительную литературу, рекомендованную программой, активно работавший на практических, семинарских, лабораторных занятиях, разбирающийся в основных научных концепциях по изучаемой дисциплине, проявивший творческие способности и научный подход в понимании и изложении учебного программного материала, ответ отличается богатством и точностью использованных терминов, материал излагается последовательно и логично.

9 баллов (5) заслуживает студент, обнаруживший всестороннее, систематическое знание учебного программного материала, самостоятельно выполнивший все предусмотренные программой задания, глубоко усвоивший основную литературу и знаком с дополнительной литературой, рекомендованной программой, активно работавший на практических, семинарских, лабораторных занятиях, показавший систематический характер знаний по дисциплине, достаточный для дальнейшей учебы, а также способность к их самостоятельному пополнению, ответ отличается точностью использованных терминов, материал излагается последовательно и логично.

8 баллов (4+) заслуживает студент, обнаруживший полное знание учебно-программного материала, не допускающий в ответе существенных неточностей, самостоятельно выполнивший все предусмотренные программой задания, усвоивший основную литературу, рекомендованную программой, активно работавший на практических, семинарских, лабораторных занятиях, показавший систематический характер знаний по дисциплине, достаточный для дальнейшей учебы, а также способность к их самостоятельному пополнению.

7 баллов (4) заслуживает студент, обнаруживший достаточно полное знание учебно-программного материала, не допускающий в ответе существенных неточностей, самостоятельно выполнивший все предусмотренные программой задания, усвоивший основную литературу, рекомендованную программой, активно работавший на практических, семинарских, лабораторных занятиях, показавший систематический характер знаний по дисциплине, достаточный для дальнейшей учебы, а также способность к их самостоятельному пополнению.

6 баллов (4-) заслуживает студент, обнаруживший достаточно полное знание учебно-программного материала, не допускающий в ответе существенных неточностей, самостоятельно выполнивший основные предусмотренные программой задания, усвоивший основную литературу, рекомендованную программой, отличавшийся достаточной активностью на практических (семинарских) и лабораторных занятиях, показавший систематический характер знаний по дисциплине, достаточный для дальнейшей учебы.

5 баллов (3+) заслуживает студент, обнаруживший знание основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии, не отличавшийся активностью на практических (семинарских) и лабораторных занятиях, самостоятельно выполнивший основные предусмотренные программой задания, усвоивший основную литературу, рекомендованную программой, однако допустивший некоторые погрешности при их выполнении и в ответе на экзамене, но обладающий необходимыми знаниями для их самостоятельного устранения.

4 балла (3) заслуживает студент, обнаруживший знание основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии, не отличавшийся активностью на практических (семинарских) и лабораторных занятиях, самостоятельно выполнивший основные предусмотренные программой задания, усвоивший основную литературу, рекомендованную программой, однако допустивший некоторые погрешности при их выполнении и в ответе на экзамене, но обладающий необходимыми знаниями для устранения под руководством преподавателя допущенных погрешностей.

3 балла (3-) заслуживает студент, обнаруживший знание основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии, не отличавшийся активностью на практических (семинарских) и лабораторных занятиях, самостоятельно выполнивший основные предусмотренные программой задания, однако допустивший погрешности при их выполнении и в ответе на экзамене, но обладающий необходимыми знаниями для устранения под руководством преподавателя наиболее существенных погрешностей.

2 балла (2) выставляется студенту, обнаружившему пробелы в знаниях или отсутствие знаний по значительной части основного учебно-программного материала, не выполнившему самостоятельно предусмотренные программой основные задания, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий, не отработавшему основные практические, семинарские, лабораторные занятия, допускающему существенные ошибки при ответе, и

который не может продолжить обучение или приступить к профессиональной деятельности без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

1 балл — нет ответа (отказ от ответа, представленный ответ полностью не по существу содержащихся в экзаменационном задании вопросов)

ГРОЗНЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НЕФТЯНОЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ АКАДЕМИКА М.Д.МИЛЛИОНЩИКОВА

Институт цифровой экономики и технологического предпринимательства Кафедра информационные системы в экономике

Вопросы к экзамену по дисциплине «Социальные медиа»

- 1 Опишите эволюцию социальных медиа. Как изменились основные принципы их работы и влияние на общество?
- 2 Перечислите основные типы социальных медиа (платформы, сервисы, сообщества). Опишите их специфику и особенности использования.
- 3 Как работают алгоритмы рекомендаций в социальных сетях? Какие преимущества и недостатки они имеют для пользователей?
- 4 Разъясните концепцию "социального капитала" и его роль в социальных медиа. Как социальный капитал может быть использован в маркетинге?
- 5 Опишите основные типы контента в социальных медиа. Какие факторы влияют на его эффективность и вовлеченность пользователей?
- 6 Какие риски для пользователей создают социальные медиа? Как минимизировать эти риски и усилить цифровую грамотность?
- 7 Как социальные медиа влияют на формирование общественного мнения и политические процессы? Приведите примеры.
- 8 Какие этические проблемы связаны с использованием социальных медиа? Как решать эти проблемы на уровне индивидуального пользователя и общественного регулирования?
- 9 Как социальные медиа влияют на информационную среду? Объясните концепции "информационных пузырей" и "эхо-камер".
- 10 Какие тренды в развитии социальных медиа вы считаете самыми важными? Как они могут влиять на будущее социальных медиа?
- 11 Опишите ключевые инструменты анализа и мониторинга социальных медиа. Как можно использовать их в маркетинге, PR, журналистике, социальных исследованиях?
- 12 Какие специфические стратегии используются для маркетинга в разных социальных сетях (Instagram, Facebook, TikTok, YouTube)?
- 13 Как создать и провести успешную кампанию в социальных медиа для продвижения бренда, продукта, события или личного бренда?
- 14 Опишите основные принципы безопасности и этике в социальных медиа. Как можно защитить личную информацию и предотвратить кибербуллинг?

15 Какие возможности предоставляют социальные медиа для образовательных проектов? Как можно использовать социальные медиа для улучшения процесса обучения?

Критерии оценки ответов на экзамене

Регламентом БРС предусмотрено всего 20 баллов за экзамен. Критерии оценки разработаны, исходя из возможности ответа студентом на 2 вопроса в билете (по 10 баллов).

10 баллов (5+) заслуживает студент, обнаруживший всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного программного материала, самостоятельно выполнивший все предусмотренные программой задания, глубоко усвоивший основную и дополнительную литературу, рекомендованную программой, активно работавший на практических, семинарских, лабораторных занятиях, разбирающийся в основных научных концепциях по изучаемой дисциплине, проявивший творческие способности и научный подход в понимании и изложении учебного программного материала, ответ отличается богатством и точностью использованных терминов, материал излагается последовательно и логично.

9 баллов (5) заслуживает студент, обнаруживший всестороннее, систематическое знание учебного программного материала, самостоятельно выполнивший все предусмотренные программой задания, глубоко усвоивший основную литературу и знаком с дополнительной литературой, рекомендованной программой, активно работавший на практических, семинарских, лабораторных занятиях, показавший систематический характер знаний по дисциплине, достаточный для дальнейшей учебы, а также способность к их самостоятельному пополнению, ответ отличается точностью использованных терминов, материал излагается последовательно и логично.

8 баллов (4+) заслуживает студент, обнаруживший полное знание учебно-программного материала, не допускающий в ответе существенных неточностей, самостоятельно выполнивший все предусмотренные программой задания, усвоивший основную литературу, рекомендованную программой, активно работавший на практических, семинарских, лабораторных занятиях, показавший систематический характер знаний по дисциплине, достаточный для дальнейшей учебы, а также способность к их самостоятельному пополнению.

7 баллов (4) заслуживает студент, обнаруживший достаточно полное знание учебно-программного материала, не допускающий в ответе существенных неточностей, самостоятельно выполнивший все предусмотренные программой задания, усвоивший основную литературу, рекомендованную программой, активно работавший на практических, семинарских, лабораторных занятиях, показавший систематический характер знаний по дисциплине, достаточный для дальнейшей учебы, а также способность к их самостоятельному пополнению.

6 баллов (4-) заслуживает студент, обнаруживший достаточно полное знание учебно-программного материала, не допускающий в ответе

существенных неточностей, самостоятельно выполнивший основные предусмотренные программой задания, усвоивший основную литературу, рекомендованную программой, отличавшийся достаточной активностью на практических (семинарских) и лабораторных занятиях, показавший систематический характер знаний по дисциплине, достаточный для дальнейшей учебы.

5 баллов (3+) заслуживает студент, обнаруживший знание основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии, не отличавшийся активностью на практических (семинарских) и лабораторных занятиях, самостоятельно выполнивший основные предусмотренные программой задания, усвоивший основную литературу, рекомендованную программой, однако допустивший некоторые погрешности при их выполнении и в ответе на экзамене, но обладающий необходимыми знаниями для их самостоятельного устранения.

4 балла (3) заслуживает студент, обнаруживший знание основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии, не отличавшийся активностью на практических (семинарских) и лабораторных занятиях, самостоятельно выполнивший основные предусмотренные программой задания, усвоивший основную литературу, рекомендованную программой, однако допустивший некоторые погрешности при их выполнении и в ответе на экзамене, но обладающий необходимыми знаниями для устранения под руководством преподавателя допущенных погрешностей.

3 балла (3-) заслуживает студент, обнаруживший знание основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профессии, не отличавшийся активностью на практических (семинарских) и лабораторных занятиях, самостоятельно выполнивший основные предусмотренные программой задания, однако допустивший погрешности при их выполнении и в ответе на экзамене, но обладающий необходимыми знаниями для устранения под руководством преподавателя наиболее существенных погрешностей.

2 балла (2) выставляется студенту, обнаружившему пробелы в знаниях или отсутствие знаний по значительной части основного учебно-программного материала, не выполнившему самостоятельно предусмотренные программой основные задания, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий, не отработавшему основные практические, семинарские, лабораторные занятия, допускающему существенные ошибки при ответе, и который не может продолжить обучение или приступить к профессиональной деятельности без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

1 балл — нет ответа (отказ от ответа, представленный ответ полностью не по существу содержащихся в экзаменационном задании вопросов)

Критерии оценки ответов на экзамене

Оценку "отлично" заслуживает студент, обнаруживший всестороннее, систематическое и глубокое знание учебно-программного материала, умение свободно выполнять задания, предусмотренные программой, усвоивший основную и знакомый с дополнительной литературой, рекомендованной программой. Как правило, оценка "отлично" выставляется студентам, усвоившим взаимосвязь основных понятий дисциплины в их значении для приобретаемой профессии, проявившим творческие способности в понимании, изложении и использовании учебно-программного материала.

Оценку "хорошо" заслуживает студент, обнаруживший полное знание учебно-программного материала, успешно выполняющий предусмотренные в программе задания, усвоивший основную литературу, рекомендованную в программе. Как правило, оценка "хорошо" выставляется студентам, показавшим систематический характер знаний по дисциплине и способным к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности.

Оценку "удовлетворительно" заслуживает студент, обнаруживший знания основного учебно-программного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по специальности, справляющийся с выполнением заданий, предусмотренных программой, знакомый с основной литературой, рекомендованной программой. Как правило, оценка "удовлетворительно" выставляется студентам, допустившим погрешности в ответе на экзамене и при выполнении экзаменационных заданий, но обладающим необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя.

Оценка "неудовлетворительно" выставляется студенту, обнаружившему пробелы в знаниях основного учебно-программного материала, допустившему принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий. Как правило, оценка "неудовлетворительно" ставится студентам, которые не могут продолжить обучение или приступить к профессиональной деятельности по окончании вуза без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

Приложение 1

КОМПЛЕКТ ЗАДАНИЙ ДЛЯ ВЫПОЛНЕНИЯ ЛАБОРАТОРНЫХ РАБОТ

Лабораторная работа 1. «Анализ целевой аудитории»

Цель лабораторной работы: «Научиться создавать портрет целевой аудитории.»

Задачи:

1. Выбрать одну социальную платформу и определить целевую аудиторию для конкретного продукта/услуги/бренда.
2. Изучить демографические данные, интересы, поведение и ценности целевой аудитории на выбранной платформе.
3. Создать портрет целевой аудитории.

Задание:

1. Подготовьте Определение области исследования.
Выберите конкретный бренд или продукт (услугу) для исследования.
Укажите нишу, к которой относится выбранный объект.
Определите ключевую задачу анализа (например, разработка маркетинговой стратегии, оптимизация контента, создание рекламной кампании).
2. Сбор данных о целевой аудитории.
Анализ данных в социальных сетях:
Используйте инструменты аналитики социальных сетей (например, Facebook Insights, Instagram Analytics, Twitter Analytics) для сбора данных о демографии, интересах, поведении аудитории бренда/продукта.
Изучите контент конкурентов, проанализируйте их аудиторию и используемые ими инструменты.
Проведение опросов и исследований:
Создайте и распространите опросник для сбора информации о целевой аудитории.
Используйте сервисы для проведения опросов (например, Google Forms, SurveyMonkey).
Проведите онлайн-опрос в социальных сетях, используя возможности групп, сообществ и чатов.
3. Анализ данных.
Сегментация аудитории. Разделите целевую аудиторию на группы по ключевым демографическим, психографическим и поведенческим характеристикам.
Создание портрета целевой аудитории.
Опишите ключевые характеристики каждого сегмента:

Демографические данные (возраст, пол, местоположение, образование, уровень дохода).

Психографические характеристики (интересы, ценности, образ жизни, потребности).

Поведенческие характеристики (покупательские привычки, активность в соц. сетях, частота использования продукта, отношение к бренду).

Дополните портрет описанием типичного представителя каждого сегмента (его образ жизни, интересы, привычки).

4. Представление результатов.

Оформите результаты анализа в виде презентации, отчета или таблицы.

Опишите ключевые выводы исследования и их практическую ценность для бренда/продукта.

Сформулируйте рекомендации по дальнейшим исследованиям и действиям, направленным на оптимизацию взаимодействия с целевой аудиторией.

Контрольные вопросы:

1. Каковы основные задачи анализа целевой аудитории в социальных медиа?
2. Какие инструменты и методы вы используете для сбора данных о целевой аудитории?
3. Как вы проводите сегментацию целевой аудитории?
4. Какие характеристики (демографические, психографические, поведенческие) вы учитываете при создании портрета целевой аудитории?

Лабораторная работа 2. «Создание контент плана для социальной сети.»

Цель практической работы: «Овладеть навыками разработки контент-плана для социальной сети, научиться планировать и создавать контент»

Задачи:

1. Выбрать одну социальную сеть и определить ее специфику.
2. Создать контент-план.
3. Определить тему контента, форматы и время публикации.

Задание:

1. Определение области исследования.
Выберите конкретный бренд или продукт (услугу) для исследования.
Укажите нишу, к которой относится выбранный объект.
Определите ключевую задачу анализа (например, разработка маркетинговой стратегии, оптимизация контента, создание рекламной кампании).
2. Сбор данных о целевой аудитории.
Анализ данных в социальных сетях:
Используйте инструменты аналитики социальных сетей (например, Facebook Insights, Instagram Analytics, Twitter Analytics) для сбора данных о демографии, интересах, поведении аудитории бренда/продукта.
Изучите контент конкурентов, проанализируйте их аудиторию и используемые ими инструменты.
Проведение опросов и исследований:
Создайте и распространите опросник для сбора информации о целевой аудитории.
Используйте сервисы для проведения опросов (например, Google Forms, SurveyMonkey).
Проведите онлайн-опрос в социальных сетях, используя возможности групп, сообществ и чатов.
3. Анализ данных.
Сегментация аудитории. Разделите целевую аудиторию на группы по ключевым демографическим, психографическим и поведенческим характеристикам.
Создание портрета целевой аудитории.
Опишите ключевые характеристики каждого сегмента:
Демографические данные (возраст, пол, местоположение, образование, уровень дохода).
Психографические характеристики (интересы, ценности, образ жизни, потребности).
Поведенческие характеристики (покупательские привычки, активность в соц. сетях, частота использования продукта, отношение к бренду).
Дополните портрет описанием типичного представителя каждого

сегмента (его образ жизни, интересы, привычки).

4. Представление результатов.

Оформите результаты анализа в виде презентации, отчета или таблицы.

Опишите ключевые выводы исследования и их практическую ценность для бренда/продукта.

Сформулируйте рекомендации по дальнейшим исследованиям и действиям, направленным на оптимизацию взаимодействия с целевой аудиторией.

Контрольные вопросы:

1. Каковы основные задачи анализа целевой аудитории в социальных медиа? Как цель мероприятия влияет на выбор его темы и формата?

2. Какие инструменты и методы вы используете для сбора данных о целевой аудитории?

3. Как вы проводите сегментацию целевой аудитории?

Лабораторная работа 3. «Создание информационной стратегии для социальных медиа»

Цель практической работы: «Овладеть навыками разработки информационной стратегии для социальных медиа. Научиться определять ключевые направления коммуникации бренда в социальных сетях.»

Задачи:

1. Выбрать одну социальную платформу и определить ее специфику и возможности.
2. Разработать информационную стратегию для конкретного продукта/услуги/бренда на этой платформе.
3. Определить цели, стратегии, тактики, инструменты и оценку эффективности. Продумать взаимодействие с аудиторией и отслеживание результатов.
4. Определить ключевые статьи расходов для проведения мероприятия (аренда, оборудование, маркетинг, персонал, питание и т.д.).

Задание:

1. Анализ текущего состояния бренда в социальных медиа.
Проанализируйте текущее присутствие бренда в выбранных социальных сетях (активность, аудитория, контент, показатели вовлеченности).
Проведите SWOT-анализ:
Strengths (Сильные стороны): Преимущества бренда, которые могут быть использованы для достижения целей в социальных медиа.
Weaknesses (Слабые стороны): Недостатки, которые могут препятствовать успеху в социальных медиа.
Opportunities (Возможности): Факторы, которые могут способствовать развитию бренда в социальных сетях.
Threats (Угрозы): Факторы, которые могут негативно повлиять на развитие бренда в социальных сетях.
2. Определение целей информационной стратегии.
Сформулируйте конкретные цели, которые бренд стремится достичь с помощью социальных медиа.
Например: повышение узнаваемости бренда, увеличение продаж, формирование лояльности клиентов.
3. Определение целевой аудитории.
Используйте информацию из предыдущих лабораторных работ или проведите самостоятельный анализ ЦА бренда.
Определите ключевые характеристики ЦА (демографические, психографические, поведенческие), их интересы, ценности, потребности.

Разделите аудиторию на сегменты, если это необходимо, и адаптируйте стратегию для каждого сегмента.

4. Выбор социальных сетей.

Исходя из целей, задач и характеристик ЦА, выберите наиболее подходящие социальные сети для продвижения бренда.

Оцените активность ЦА в выбранных сетях, их особенности и возможности для достижения целей.

5. Разработка контент-стратегии.

Определите ключевые темы и форматы контента, которые будут использоваться для достижения целей информационной стратегии.

Разработайте стиль коммуникации, который будет соответствовать тон голосу бренда и ценностям ЦА.

Учтите особенности выбранных социальных сетей, используйте инструменты для повышения вовлеченности (конкурсы, опросы, голосования, прямые эфиры).

6. Планирование и управление коммуникацией.

Создайте контент-план, определяющий время, формат и содержание публикаций.

Разработайте систему мониторинга и анализа результатов: отслеживайте активность аудитории, вовлеченность, трафик, конверсию.

Анализируйте результаты и корректируйте стратегию в соответствии с полученными данными.

7. Формирование сообщества.

Создайте активное и лояльное сообщество вокруг бренда в социальных сетях.

Взаимодействуйте с подписчиками, отвечайте на вопросы, участвуйте в обсуждениях, проводите конкурсы.

Стимулируйте сформировать положительные отзывы и рекомендации.

Контрольные вопросы:

1. Как провести SWOT-анализ для бренда в социальных медиа?
2. Какие цели информационной стратегии в социальных медиа можно сформулировать?
3. Как определить целевую аудиторию для бренда в социальных сетях?

Лабораторная работа 4. «Анализ конкурентной среды в социальных медиа.»

Цель практической работы: «Овладеть навыками анализа конкурентной среды в социальных медиа.»

Задачи:

1. Выбрать отрасль или нишу и определить ключевых конкурентов в социальных медиа.
2. Провести анализ контента, стратегий, активности и репутации конкурентов на выбранных платформах.
3. Выявить сильные и слабые стороны конкурентов и разработать рекомендации по улучшению собственной стратегии в социальных медиа.

Задание:

1. Определение ниши и ключевых конкурентов.
 - Определите нишу, в которой вы будете проводить анализ.
 - Выберите 3-5 ключевых конкурентов в этой нише.
 - Обоснуйте выбор: почему именно эти компании являются ключевыми конкурентами? (например, имеют схожую целевую аудиторию, предлагают аналогичные продукты/услуги).
2. Анализ присутствия конкурентов в социальных сетях.
 - Определите социальные сети, где присутствуют конкуренты (Facebook, Instagram, TikTok, VK, YouTube).
 - Оцените активность каждого конкурента в каждой социальной сети (частота публикаций, время публикации, тип контента).
 - Проанализируйте аудиторию каждого конкурента.
 - Проведите анализ контента каждого конкурента.
3. Оценка сильных и слабых сторон конкурентов.
 - Сильные стороны: что у конкурентов получается лучше всего? (например, уникальный контент, активное комьюнити, успешный маркетинг, вовлечение аудитории).
 - Слабые стороны: что у конкурентов можно улучшить? (например, недостаточная активность, однообразный контент, негативные отзывы, неэффективное управление сообществом).

4. Анализ стратегий продвижения конкурентов.

- Определите ключевые стратегии продвижения каждого конкурента.

5. Формирование выводов и рекомендаций.

- Сформулируйте ключевые выводы на основе анализа конкурентной среды.
- Сформулируйте рекомендации для вашего бренда.

Контрольные вопросы:

1. Как вы определили ключевую нишу для вашего исследования?
2. Почему вы выбрали именно этих 3-5 конкурентов?
3. Что делает этих конкурентов ключевыми для вашего анализа?

Лабораторная работа 5. «Создание и проведение конкурса в социальной сети.»

Цель практической работы: «Овладеть навыками создания и проведения конкурса в социальной сети.»

Задачи:

1. Выбрать одну социальную сеть и определить ее специфику и возможности для проведения конкурсов.
2. Создать и провести конкурс в социальной сети.
3. Продумать тему конкурса, правила участия, призы, промо-материалы, механизмы выбора победителя, отслеживание результатов.

Задание:

1. Определение целей и задач конкурса.
Сформулируйте маркетинговые цели конкурса (например, повышение узнаваемости, увеличение продаж, формирование лояльности).
Сформулируйте конкретные задачи конкурса (например, увеличение числа подписчиков, повышение активности пользователей, генерация лидов).
2. Выбор платформы и формата конкурса.
Выберите социальную сеть для проведения конкурса (Facebook, Instagram, TikTok, VK, YouTube) учитывая активность целевой аудитории бренда.
Определите формат конкурса.
Творческий конкурс: участники создают нечто креативное (например, стихотворение, рисунок).
Конкурс отзывов: участники делятся отзывами о продукте/услуге бренда.
3. Разработка правил и условий конкурса.
Сформулируйте четкие правила участия в конкурсе, включая сроки, условия участия, призы.
Опишите механизм определения победителей.
Опубликуйте правила конкурса в виде отдельного поста на выбранной платформе.
4. Подготовка материалов для конкурса.
Создайте визуальные материалы: яркие, привлекательные изображения или видео, соответствующие теме конкурса.
Напишите тексты: привлекающий текст объявления о конкурсе, правила участия, описание призов.
Подготовьте призы: призы должны быть соответствовать интересам целевой аудитории и ценности бренда.

5. Запуск и продвижение конкурса.
Запустите конкурс в установленные сроки.
Продвигайте конкурс.
6. Мониторинг и управление конкурсом.
Отслеживайте участие в конкурсе в реальном времени.
Взаимодействуйте с участниками: отвечайте на вопросы, комментируйте работы.
Продвигайте конкурс с помощью конкурсных хэштегов.
Поддерживайте активность в комментариях и публикациях по теме конкурса.
7. Подведение итогов конкурса.
Выберите победителей в соответствии с условиями конкурса.
Опубликуйте результаты конкурса в социальных сетях.
Свяжитесь с победителями для вручения призов.

Контрольные вопросы:

1. Какие маркетинговые цели вы поставили перед конкурсом? Как целевая аудитория влияет на выбор каналов продвижения?
2. Какие конкретные задачи конкурса были определены?
3. Как вы связали задачи конкурса с маркетинговыми целями бренда?

Лабораторная работа 6. «Анализ влияния социальных медиа на формирование общественного мнения»

Цель практической работы: «Изучить влияние социальных медиа на формирование общественного мнения. Проанализировать механизмы распространения информации и формирования трендов в социальных сетях.»

Задача:

1. Научиться проводить всесторонний анализ социальных медиа.
2. Поработать с общественным мнением.

Задание:

1. Выбор темы и определение цели исследования.

Сформулируйте тему исследования, актуальную для общества и активно обсуждаемую в социальных сетях.

Определите цель исследования:

Проанализировать, как социальные медиа влияют на формирование общественного мнения по выбранной теме.

Изучить механизмы распространения информации и формирования трендов в социальных сетях по этой теме.

Оценить роль социальных медиа в формировании публичных дискуссий по выбранной теме.

2. Сбор данных.

Анализ контента в социальных сетях:

Изучите посты, комментарии, видео, фотографии в социальных сетях по выбранной теме.

Проанализируйте трендовые хэштеги, в которых участвует эта тема.

Изучите главные источники информации по теме: новостные порталы, блоги, аккаунты инфлюенсеров.

Анализ дискуссий в социальных сетях:

Изучите характер дискуссий: содержание комментариев, тональность общения, уровень культуры дискуссий.

Определите ключевые мнения и точки зрения, представленные в социальных сетях по теме.

Изучение статистики и аналитики:

Используйте инструменты аналитики социальных сетей (например, Facebook Insights, Instagram Analytics, Twitter Analytics) для определения основных показателей: охват, вовлеченность, трафик, ключевые слова, география аудитории.

Изучите данные о распространении информации по теме: популярность публикаций, количество репостов, ссылки на другие ресурсы.

3. Анализ данных.

Определите ключевые тренды в социальных сетях по выбранной теме.

Изучите механизмы распространения информации: роль инфлюенсеров, групповых чатов, платных рекламных кампаний, механизмы вирусного маркетинга.

Проанализируйте влияние социальных медиа на формирование общественного мнения:

Как изменилось общественное мнение по теме в результате обсуждения в социальных сетях?

Какие факторы влияли на формирование общественного мнения в социальных сетях?

Какие группы влияния в социальных сетях оказали наибольшее влияние на общественное мнение?

Проведите сравнительный анализ мнений в социальных сетях и в традиционных СМИ. Как отличаются мнения и почему?

4. Формулировка выводов.

Сделайте выводы о влиянии социальных медиа на формирование общественного мнения по выбранной теме.

Опишите основные тенденции и механизмы распространения информации в социальных сетях.

Оцените роль социальных медиа в формировании публичных дискуссий по выбранной теме.

Контрольные вопросы:

1. Как вы выбрали тему исследования? Почему она является актуальной для общества и активно обсуждается в социальных сетях?

2. Какие инструменты и методы вы использовали для сбора данных по теме?

3. Какие ключевые тренды в социальных сетях по выбранной теме вы выявили?

Лабораторная работа 7. «Проведение социологического опроса в социальных медиа.»

Цель практической работы: «Овладеть навыками проведения социологического опроса в социальных медиа. Научиться создавать анкету, выбирать платформу для опроса, анализировать полученные данные. Понять особенности проведения опросов в социальных сетях.»

Задачи:

1. Выбрать одну социальную сеть и определить ее специфику для проведения опросов.
2. Создать анкету с вопросами по интересующей теме.
3. Провести опрос в социальной сети и собрать данные.
4. Провести анализ данных и сделать выводы о результатах опроса.

Задание:

1. Выбор темы и формулировка цели опроса.

Сформулируйте тему опроса, которая интересует вас и актуальна для целевой аудитории.

Определите цель опроса (например, изучить мнение пользователей о продукте/услуге, определить уровень знаний по теме, выяснить отношение к какому-либо событию).

2. Разработка анкеты.

Создайте анкету с вопросами, отражающими цель опроса.

Учитывайте следующие рекомендации при создании анкеты:

Используйте четкие и лаконичные формулировки вопросов.

Избегайте двусмысленных формулировок.

Используйте различные типы вопросов (открытые, закрытые, шкалы оценки).

Разместите вопросы в логическом порядке.

Проведите тестирование анкеты на небольшой группе людей.

3. Выбор платформы для проведения опроса.

Выберите социальную сеть для проведения опроса с учетом целевой аудитории и формата анкеты.

4. Публикация опроса и сбор данных.

Опубликуйте анкету в выбранной сети.

Соберите данные от участников опроса.

5. Анализ данных.

Проведите анализ полученных данных.

Используйте следующие методы анализа:

Статистическая обработка данных: вычисление средних значений, процентных соотношений.

Сделайте выводы по результатам анализа.

6. Представление результатов.

Контрольные вопросы:

1. Какую тему вы выбрали для опроса? Почему она является актуальной и интересной?

2. Какую цель вы преследовали при проведении опроса?

3. Как вы создавали анкету для опроса? Какие типы вопросов вы использовали?

Лабораторная работа 8. «Создание и продвижение блога в социальных медиа»

Цель практической работы: «Овладеть навыками создания и продвижения блога в социальных медиа. Понять этапы создания контент-плана, выбора платформы, оптимизации контента, продвижения в социальных сетях. Научиться использовать социальные медиа для увеличения аудитории и вовлеченности в блог.»

Задачи:

1. Выбрать тематику для блога и определить целевую аудиторию.
2. Создать блог в одной из социальных сетей (YouTube, Telegram).
3. Разработать контент-план для блога, определить форматы публикаций, визуальное оформление.
4. Провести продвижение блога в социальных медиа (hashtag, cross-posting, promotion, collaboration).
5. Отследить статистику блога и сделать выводы о его эффективности.

Задание:

Выберите тему для блога, которая вас интересует и может быть актуальна для широкой аудитории.

Этапы работы:

1. Определение темы и целевой аудитории.

Сформулируйте тему блога. Она должна быть узкой и конкретной, но при этом интересной и актуальной для вашей целевой аудитории.

2. Выбор платформы и создание блога.

Выберите платформу для блога. Создайте блог.

3. Разработка контент-плана.

Определите формат контента. Создайте календарь публикаций. Определите темы и форматы публикаций.

4. Создание первого контента.

Напишите первые статьи. Создайте видео и инфографику. Помните о регулярности.

5. Анализ результатов.

Используйте инструменты аналитики. Отслеживайте следующие показатели. Анализируйте данные и корректируйте контент-план и стратегию продвижения в социальных сетях.

Контрольные вопросы:

1. Какую тему вы выбрали для блога?
2. Какова ваша целевая аудитория?
3. Почему вы выбрали эту платформу для блога?
4. Какой контент вы будете публиковать в блоге?

Лабораторная работа 9. «Анализ информационного шума в социальных медиа»

Цель практической работы: «Изучить феномен информационного шума в социальных медиа. Научиться анализировать информационный шум, определять его источники и влияние на формирование общественного мнения. Понять, как справляться с информационным шумом и критически воспринимать информацию в социальных сетях..»

Задачи:

1. Выбрать актуальную тему или событие, отследить ее обсуждение в социальных медиа и выявить разные точки зрения.
2. Провести анализ информации и выделить ключевые факты и достоверные источники.
3. Изучить механизмы распространения фейковых новостей и дезинформации.
4. Разработать стратегию по оценке информации в социальных медиа и защите от манипуляций.
5. Выбрать тематику для блога и определить целевую аудиторию.

Задание:

Выберите актуальную тему, которая активно обсуждается в социальных сетях и часто сопровождается информационным шумом.

Этапы работы:

1. Выбор темы и определение цели исследования.
Сформулируйте тему исследования. Определите цель исследования. Проанализировать характеристики информационного шума по выбранной теме. Определить источники информационного шума. Изучить влияние информационного шума на формирование общественного мнения.
2. Сбор данных.
Изучите посты, фотографии и комментарии в сетях по выбранной теме. Определите источники информационного шума. Изучите влияние информационного шума на формирование общественного мнения.
3. Анализ информационного шума.
Определите характеристики информационного шума. Классифицируйте его виды, определите его источники. Проанализируйте его влияние.
4. Оформление отчета.

Контрольные вопросы:

6. Как вы выбрали тему исследования?
7. Какие инструменты и методы вы использовали для сбора данных?

8. Какие виды информационного шума вы выявили?

Лабораторная работа 9. «Анализ влияния контента на вовлеченность аудитории в социальных медиа»

Цель практической работы: «Изучить феномен влияния контента на уровень заинтересованности и вовлеченности аудитории в использование социальных медиа. Анализ перспектив и будущих тенденций создания контента.»

Задачи:

1. Изучить влияние различных типов контента (текст, изображения, видео, инфографика, сторис, прямые эфиры) на вовлеченность аудитории в социальных медиа.
2. Определить наиболее эффективные форматы контента для конкретной целевой аудитории и платформы (Instagram, Facebook, TikTok, YouTube и т.д.).
3. Разработать рекомендации по оптимизации контент-стратегии для повышения вовлеченности аудитории в социальных медиа.

Задание:

Провести анализ публикаций аккаунта [Название аккаунта] за последние 3 месяца и собрать информацию о типах контента (фото, видео, карусели, сториз, прямые эфиры, reels) и метрик вовлеченности (лайки, комментарии, сохранения, просмотры, клики по ссылкам).

Этапы работы:

1. Сбор данных: зайти в Instagram Analytics и получить данные о публикациях аккаунта [Название аккаунта] за последние 3 месяца. Собрать информацию о типах контента и соответствующих метрик вовлеченности для каждой публикации. Загрузить данные в Excel/Google Sheets для дальнейшего анализа.
2. Проведение анализа: разделить данные по типам контента (фото, видео, карусели, сториз, прямые эфиры, reels). Рассчитать средние значения метрик вовлеченности (лайки, комментарии, сохранения, просмотры, клики по ссылкам) для каждого типа контента. Провести сравнительный анализ данных и определить наиболее эффективные форматы контента для аккаунта [Название аккаунта].
3. Формулирование выводов: сформулировать выводы о влиянии типов контента на вовлеченность аудитории аккаунта [Название аккаунта]. Разработать рекомендации по оптимизации контент-стратегии аккаунта [Название аккаунта] для повышения вовлеченности аудитории, учитывая полученные данные.

Контрольные вопросы:

1. Какие средние значения метрик вовлеченности были получены для каждого типа контента?
2. Какие типы контента показали наибольшую вовлеченность?
3. Какие закономерности Вы заметили в связи между типами контента и метриками вовлеченности?
4. Как бы Вы описали вовлеченность аудитории аккаунта [Название аккаунта]?

Приложение 2

КОМПЛЕКТ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ К РУБЕЖНОМУ КОНТРОЛЮ
Первая рубежная аттестация (5 –й семестр)

Грозненский государственный нефтяной технический университет им.акад. М.Д. Миллионщикова
Институт "ИЦЭиТП"
Группа "" Семестр "5"
Дисциплина "Социальные медиа"

Билет № 1

1. Тренды развития социальных медиа.
2. Стратегии маркетинга в социальных медиа.

Подпись преподавателя _____ **Подпись заведующего кафедрой** _____

Грозненский государственный нефтяной технический университет им.акад. М.Д. Миллионщикова
Институт "ИЦЭиТП"
Группа "" Семестр "5"
Дисциплина "Социальные медиа"

Билет № 2

1. Алгоритмы рекомендаций в социальных медиа.
2. Опишите собственные навыки использования социальных медиа.

Подпись преподавателя _____ **Подпись заведующего кафедрой** _____

Грозненский государственный нефтяной технический университет им.акад. М.Д. Миллионщикова
Институт "ИЦЭиТП"
Группа "" Семестр "5"
Дисциплина "Социальные медиа"

Билет № 3

1. Опишите эволюцию социальных медиа от первых платформ до современных гигантов.
2. Алгоритмы рекомендаций в социальных медиа.

Подпись преподавателя _____ **Подпись заведующего кафедрой** _____

Грозненский государственный нефтяной технический университет им.акад. М.Д. Миллионщикова
Институт "ИЦЭиТП"
Группа "" Семестр "5"
Дисциплина "Социальные медиа"

Билет № 4

1. Опишите эволюцию социальных медиа от первых платформ до современных гигантов.
2. Алгоритмы рекомендаций в социальных медиа.

Подпись преподавателя _____ Подпись заведующего кафедрой _____

Грозненский государственный нефтяной технический университет им.акад. М.Д. Миллионщикова

Институт "ИЦЭиТП"

Группа "" Семестр "5"

Дисциплина "Социальные медиа"

Билет № 5

1. Стратегии маркетинга в социальных медиа.
2. Этические проблемы использования социальных медиа.

Подпись преподавателя _____ Подпись заведующего кафедрой _____

Приложение 2

КОМПЛЕКТ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ К РУБЕЖНОМУ КОНТРОЛЮ
Вторая рубежная аттестация (5 –й семестр)

Грозненский государственный нефтяной технический университет им.акад. М.Д. Миллионщикова
Институт "ИЦЭИТП"
Группа "" Семестр "5"
Дисциплина "Социальные медиа"
Билет № 1

1. Какие типы взаимодействия с аудиторией в социальных медиа вы знаете? Как строить эффективное общение с пользователями?
2. Какие риски связаны с использованием инфлюенсеров в маркетинге? Как можно минимизировать эти риски?

Подпись преподавателя_____ **Подпись заведующего кафедрой**_____

Грозненский государственный нефтяной технический университет им.акад. М.Д. Миллионщикова
Институт "ИЦЭИТП"
Группа "" Семестр "5"
Дисциплина "Социальные медиа"
Билет № 2

1. Какое влияние социальные медиа оказывают на процессы глобализации и межкультурного общения?
2. Какие основные инструменты SMM вы знаете? Как они могут быть использованы для решения разных маркетинговых задач?

Подпись преподавателя_____ **Подпись заведующего кафедрой**_____

Грозненский государственный нефтяной технический университет им.акад. М.Д. Миллионщикова
Институт "ИЦЭИТП"
Группа "" Семестр "5"
Дисциплина "Социальные медиа"
Билет № 3

1. Как можно провести анализ конкурентной среды в социальных медиа и использовать полученные данные для улучшения собственной стратегии?
2. Как можно использовать социальные медиа для продвижения социальных инициатив и благотворительных проектов?

Подпись преподавателя_____ **Подпись заведующего кафедрой**_____

Грозненский государственный нефтяной технический университет им.акад. М.Д. Миллионщикова
Институт "ИЦЭИТП"
Группа "" Семестр "5"
Дисциплина "Социальные медиа"
Билет № 4

1. Какие основные инструменты SMM вы знаете? Как они могут быть использованы для решения разных маркетинговых задач?
2. Как можно использовать социальные медиа для продвижения социальных инициатив и благотворительных проектов?

Подпись преподавателя _____ Подпись заведующего кафедрой _____

Грозненский государственный нефтяной технический университет им.акад. М.Д. Миллионщикова
Институт "ИЦЭИТП"
Группа "" Семестр "5"
Дисциплина "Социальные медиа"
Билет № 5

1. Как можно провести анализ конкурентной среды в социальных медиа и использовать полученные данные для улучшения собственной стратегии?
2. Какие типы взаимодействия с аудиторией в социальных медиа вы знаете? Как строить эффективное общение с пользователями?

Подпись преподавателя _____ Подпись заведующего кафедрой _____

КОМПЛЕКТ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ К ЭКЗАМЕНУ (5-Й СЕМЕСТР)

Грозненский государственный нефтяной технический университет им.акад. М.Д. Миллионщикова
Институт "ИЦЭиТП"
Группа "" Семестр "5"
Дисциплина "Социальные медиа"

Билет № 1

1. Какие тренды в развитии социальных медиа вы считаете самыми важными? Как они могут влиять на будущее социальных медиа?
2. Какие специфические стратегии используются для маркетинга в разных социальных сетях (Instagram, Facebook, TikTok, YouTube)?

Подпись преподавателя _____ Подпись заведующего кафедрой _____

Грозненский государственный нефтяной технический университет им.акад. М.Д. Миллионщикова
Институт "ИЦЭиТП"
Группа "" Семестр "5"
Дисциплина "Социальные медиа"

Билет № 2

1. Опишите основные типы контента в социальных медиа. Какие факторы влияют на его эффективность и вовлеченность пользователей?
2. Какие возможности предоставляют социальные медиа для образовательных проектов? Как можно использовать социальные медиа для улучшения процесса обучения?

Подпись преподавателя _____ Подпись заведующего кафедрой _____

Грозненский государственный нефтяной технический университет им.акад. М.Д. Миллионщикова
Институт "ИЦЭиТП"
Группа "" Семестр "5"
Дисциплина "Социальные медиа"

Билет № 3

1. Как работают алгоритмы рекомендаций в социальных сетях? Какие преимущества и недостатки они имеют для пользователей?
2. Опишите основные типы контента в социальных медиа. Какие факторы влияют на его эффективность и вовлеченность пользователей?

Подпись преподавателя _____ Подпись заведующего кафедрой _____

Грозненский государственный нефтяной технический университет им.акад. М.Д. Миллионщикова
Институт "ИЦЭиТП"
Группа "" Семестр "5"
Дисциплина "Социальные медиа"

Билет № 4

1. Как создать и провести успешную кампанию в социальных медиа для продвижения бренда, продукта, события или личного бренда?
2. Опишите ключевые инструменты анализа и мониторинга социальных медиа. Как можно использовать их в маркетинге, PR, журналистике, социальных исследованиях?

Подпись преподавателя _____ Подпись заведующего кафедрой _____

Грозненский государственный нефтяной технический университет им.акад. М.Д. Миллионщикова
Институт "ИЦЭиТП"
Группа "" Семестр "5"
Дисциплина "Социальные медиа"

Билет № 5

1. Какие тренды в развитии социальных медиа вы считаете самыми важными? Как они могут влиять на будущее социальных медиа?
2. Какие этические проблемы связаны с использованием социальных медиа? Как решать эти проблемы на уровне индивидуального пользователя и общественного регулирования?

Подпись преподавателя _____ Подпись заведующего кафедрой _____
