

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Волгоградский государственный социально-педагогический университет»  
Факультет психолого-педагогического и социального образования  
Кафедра социальной работы

*Приложение к программе  
практики*

## **ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации студентов  
по практике **«Практика по получению профессиональных умений и опыта  
профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с  
общественностью»**

Направление 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль «Реклама и связи с общественностью»

*заочная форма обучения*

Заведующий кафедрой

*А. В. Визитов - Визитов А.Н.*

« 20 » *октябрь* 2016 г.

Волгоград  
2016

## 1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

### 1.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Процесс прохождения практики направлен на овладение следующими компетенциями:

- способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);
- способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);
- владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-2);
- владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3).

#### Этапы формирования компетенций в процессе освоения ОПОП

Код компетенции	Этап базовой подготовки	Этап расширения и углубления подготовки	Этап профессионально-практической подготовки
ОПК-1	Консалтинг в связях с общественностью, Основы интегрированных коммуникаций, Профессионально-этические основы взаимодействия со СМИ в рекламе и связях с общественностью, Связи с общественностью и общественное мнение, Теория и практика массовой информации, Теория и практика связей с общественностью, Технология создания имиджа в рекламе и связях с общественностью		Научно-исследовательская работа, Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков (коммуникационная), Практика по получению первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности (организационно-управленческая), Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, Преддипломная практика
ПК-1	Маркетинговые исследования и ситуационный анализ, Основы	История рекламы, История связей с общественностью, Политическая реклама,	Научно-исследовательская работа, Практика по получению первичных

	интегрированных коммуникаций, Основы маркетинга, Основы менеджмента, Основы организации отделов рекламы и связей с общественностью, Профессионально-этические основы взаимодействия со СМИ в рекламе и связях с общественностью, Реклама в коммуникационном процессе, Технология создания имиджа в рекламе и связях с общественностью	Социальная реклама	умений и навыков научно-исследовательской деятельности (организационно-управленческая), Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, Преддипломная практика
ПК-2	Выставочное дело, Корпоративный менеджмент		Практика по получению первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности (организационно-управленческая), Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью
ПК-3	Выставочное дело, Корпоративный менеджмент, Психология массовых коммуникаций, Современная пресс-служба	Анализ случая в рекламе и связях с общественностью, Технологии интеграции студентов в международную систему образования	Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью

## 1.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

### Показатели оценивания компетенций на различных этапах их формирования в процессе прохождения практики

№	Разделы практики	Формируемые компетенции	Показатели сформированности (в терминах «знать», «уметь», «владеть»)
---	------------------	-------------------------	--

1	1 Раздел – установочный, включает в себя подготовку студента к практике и установочную конференцию.	ПК-2	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– особенности разработки рекламных и PR-проектов;</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– мотивировать представителей власти, лидеров бизнеса и общественного сектора помогать и участвовать в корпоративных социальных программах;</li> </ul> <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– навыками по организации и оперативному планированию своей учебно-профессиональной деятельности;</li> </ul>
2	2 раздел - основной (реализация целей и задач практики).	ОПК-1, ПК-1-3	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– принципы и функции работы специалиста, осуществляющего деятельность по связям с общественностью и рекламе в государственных и общественных организациях социальной сферы и коммерческих организаций, реализующих социальные проекты и программы;</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– мотивировать представителей власти, лидеров бизнеса и общественного сектора помогать и участвовать в корпоративных социальных программах;</li> <li>– применять социальный PR и рекламу как инструмент создания имиджа организаций коммерческого и некоммерческого сектора;</li> </ul> <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– навыками профессионального взаимодействия со специалистами в сфере рекламы и связей с общественностью и с целевой аудиторией;</li> <li>– навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы, в том числе, разработке и сопровождению рекламного проекта или PR-проекта;</li> </ul>
3	3 раздел - подведение итогов практики.	ПК-2	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– научно-практические основы рекламной коммуникации и связей с общественностью;</li> </ul> <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– навыками по организации и оперативному планированию своей</li> </ul>

			учебно-профессиональной деятельности;
--	--	--	---------------------------------------

### Критерии оценивания компетенций

Код компетенции	Пороговый (базовый) уровень	Повышенный (продвинутый) уровень	Высокий (превосходный) уровень
ОПК-1	<input type="checkbox"/> демонстрирует базовый уровень знания профессиональные функций в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах; <input type="checkbox"/> умеет осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах <input type="checkbox"/> владеет базовыми теоретическими представлениями о значимости профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью.	<input type="checkbox"/> демонстрирует средний уровень знания профессиональные функций в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах; <input type="checkbox"/> умеет осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах <input type="checkbox"/> владеет базовыми теоретическими представлениями о значимости профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью.	<input type="checkbox"/> демонстрирует высокий уровень знания профессиональные функций в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах; <input type="checkbox"/> умеет осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах <input type="checkbox"/> владеет базовыми теоретическими представлениями о значимости профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью.
ПК-1	<input type="checkbox"/> демонстрирует базовый уровень способностей в участии в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью,	<input type="checkbox"/> демонстрирует глубокий уровень способностей в участии в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью,	<input type="checkbox"/> демонстрирует свободное владение управлением и организацией работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществление оперативного планирования и оперативного контроля рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проведении мероприятий по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценку эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью; <input type="checkbox"/> умеет осуществлять участие в управлении и организации работы рекламных служб и

	<p>проведении мероприятий по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценку эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью;</p> <p><input type="checkbox"/> умеет осуществлять участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью;</p> <p><input type="checkbox"/> имеет опыт управления работой рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации,</p>	<p>проведении мероприятий по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценку эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью;</p> <p><input type="checkbox"/> умеет осуществлять участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью;</p> <p><input type="checkbox"/> имеет опыт управления работой рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации,</p>	<p>служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью;</p> <p><input type="checkbox"/> имеет опыт управления работой рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью.</p>
--	--	--	--

	<p>осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью.</p>	<p>осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью.</p>	
ПК-2	<p><input type="checkbox"/> демонстрирует базовый уровень владения навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации; <input type="checkbox"/> умеет осуществлять навыки по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации; <input type="checkbox"/> имеет опыт организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации.</p>	<p><input type="checkbox"/> демонстрирует глубокие знания по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации; <input type="checkbox"/> умеет осуществлять навыки по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации; <input type="checkbox"/> имеет опыт организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации.</p>	<p><input type="checkbox"/> демонстрирует свободное владение по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации; <input type="checkbox"/> умеет применять навыки по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации; <input type="checkbox"/> имеет практический опыт организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации.</p>
ПК-3	<p><input type="checkbox"/> демонстрирует базовые навыки организационно-управленческой</p>	<p><input type="checkbox"/> демонстрирует глубокие навыки организационно-управленческой</p>	<p><input type="checkbox"/> демонстрирует свободное владение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами;</p>

	работы с малыми коллективами; <input type="checkbox"/> умеет осуществлять организационно-управленческую работу с малыми коллективами; <input type="checkbox"/> имеет опыт организационно-управленческой работы с малыми коллективами.	работы с малыми коллективами; <input type="checkbox"/> умеет осуществлять самостоятельную организационно-управленческую работу с малыми коллективами; <input type="checkbox"/> имеет опыт организационно-управленческой работы с малыми коллективами.	<input type="checkbox"/> умеет осуществлять самостоятельную организационно-управленческую работу с малыми коллективами; <input type="checkbox"/> имеет опыт организационно-управленческой работы с малыми коллективами.
--	---	---	---

**Оценочные средства и шкала оценивания  
(схема рейтинговой оценки)**

№	Оценочное средство	Баллы	Оцениваемые компетенции	Семестр
1	Участие в установочной конференции	5	ПК-2	4л
2	Участие в заключительной конференции с защитой отчета по практике	10	ОПК-1, ПК-1-3	4л
3	Письменный отчет о результатах практики	20	ОПК-1, ПК-1-3	4л
4	Выполнение программы практики	25	ОПК-1, ПК-1-3	4л
5	Зачет	40	ОПК-1, ПК-1-3	4л
6	Участие в установочной конференции	5	ПК-2	5л
7	Участие в заключительной конференции с защитой отчета по практике	10	ОПК-1, ПК-1-3	5л
8	Письменный отчет о результатах практики	20	ОПК-1, ПК-1-3	5л
9	Выполнение программы практики	25	ОПК-1, ПК-1-3	5л
10	Зачет	40	ОПК-1, ПК-1-3	5л

Итоговая оценка по практике определяется преподавателем на основании суммы баллов, набранных студентом в процессе прохождения практики и в период промежуточной аттестации.

{!404\_DOCXTemplate\_exam\_explanation}

## 2. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

Данный раздел содержит 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. Описание каждого оценочного средства содержит методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.



Перечень оценочных средств, материалы которых представлены в данном разделе:

1. Участие в установочной конференции
2. Участие в заключительной конференции с защитой отчета по практике
3. Письменный отчет о результатах практики
4. Выполнение программы практики
5. Зачет