

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  
учебной дисциплины*

## **ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации студентов  
по дисциплине **«Консалтинг в связях с общественностью»**

Направление 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль «Реклама и связи с общественностью»

*очная форма обучения*

Заведующий кафедрой

*А.А. Андреев - / В.В. Власов*

«20» октября 2016 г.

Волгоград  
2016

## 1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

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

Процесс освоения дисциплины 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 планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7).

#### 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-7	Коммуникационный менеджмент, Консалтинг в связях с общественностью, Организация и проведение мероприятий в сфере рекламы и связей с общественностью	Организация и проведение коммуникационной кампании, Связи с общественностью и организационная культура	Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков (коммуникационная )

**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 освоения учебной дисциплины**

№	Разделы дисциплины	Формируемые компетенции	Показатели сформированности (в терминах «знать», «уметь», «владеть»)
1	Консалтинг: значение, содержание, история становления.	ОПК-1	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– виды, средства, формы и методы коммуникаций в рыночной среде;</li> <li>– модели консалтинговых услуг;</li> </ul> <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– технологией «Легкого консалтинга»;</li> </ul>
2	Исследовательские (аналитические) технологии в консалтинге.	ПК-7	<p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации рекламных кампаний и коммуникационных программ;</li> </ul>
3	Проектные технологии в консалтинге.	ПК-7	<p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности, навыками проведения ситуационного анализа;</li> </ul>
4	Презентационные технологии в консалтинге.	ПК-7	<p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– проводить успешную презентацию проектов, выполненных работ, результатов исследований для заказчика;</li> </ul>
5	Управление социальной сферой и новые направления развития консалтинговых услуг.	ОПК-1, ПК-7	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– базовые модели корпоративной социальной ответственности и ее роль в решении социальных проблем;</li> <li>– особенности формирования корпоративной социальной ответственности в деятельности российского бизнес-сообщества;</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– управлять социальными программами компании;</li> </ul> <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– инструментом реализации социальных программ компании;</li> </ul>
6	Исследование потребностей клиента (Опросные листы).	ОПК-1	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– технологию проведения социологических и маркетинговых исследований;</li> </ul>
7	Последовательный подход к	ПК-7	<p>уметь:</p>

	решению проблем клиента.		– проводить оценку стратегического плана компании; владеть: – технологией создания консалтингового проекта;
--	--------------------------	--	--

### 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-7	<input type="checkbox"/> демонстрирует базовый уровень знаний о планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий; <input type="checkbox"/> умеет принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий; <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> демонстрирует свободное владение знаниями о планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий; <input type="checkbox"/> умеет принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий; <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> демонстрирует свободное владение знаниями о планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий; <input type="checkbox"/> умеет принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий; <input type="checkbox"/> имеет опыт планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий.

	имеет опыт планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий.	имеет практический опыт планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий.	
--	---	--	--

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

№	Оценочное средство	Баллы	Оцениваемые компетенции	Семестр
1	Реферат	10	ОПК-1	8
2	Тест	10	ОПК-1, ПК-7	8
3	Опрос	10	ОПК-1	8
4	Проект	15	ПК-7	8
5	Кейс-задача	15	ПК-7	8
6	Экзамен	40	ОПК-1, ПК-7	8

Итоговая оценка по дисциплине определяется преподавателем на основании суммы баллов, набранных студентом в течение семестра и период промежуточной аттестации.

Оценка «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» и «неудовлетворительно» выставляется с учётом требований следующей шкалы:

- «отлично» – от 91 до 100 баллов – теоретическое содержание курса освоено полностью, сформированы необходимые практические навыки работы с освоенным материалом, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному.
- «хорошо» – от 76 до 90 баллов – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения ни одного из них не оценено минимальным числом баллов, некоторые виды заданий выполнены с ошибками.
- «удовлетворительно» – от 61 до 75 баллов – теоретическое содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, но не высокого качества.
- «неудовлетворительно» – 60 и менее баллов – теоретическое содержание курса не освоено, необходимые практические навыки работы не сформированы, выполненные учебные задания содержат грубые ошибки, дополнительная самостоятельная работа над материалом курса не приведет к существенному повышению качества выполнения учебных заданий.

## 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. Реферат
2. Тест
3. Опрос
4. Проект
5. Кейс-задача
6. Экзамен