

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

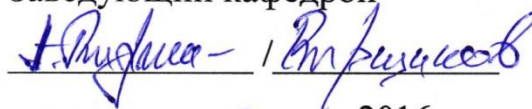
для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации студентов
по дисциплине «**Медиапланирование**»

Направление 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль «Реклама и связи с общественностью»

очная форма обучения

Заведующий кафедрой



«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:

– владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью (ОПК-2).

Этапы формирования компетенций в процессе освоения ОПОП

Код компетенции	Этап базовой подготовки	Этап расширения и углубления подготовки	Этап профессионально-практической подготовки
ОПК-2	Корпоративный менеджмент, Медиапланирование, Основы менеджмента, Основы организации отделов рекламы и связей с общественностью, Современная пресс-служба		

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	Медиапланирование как управленческая технология в средствах массовой коммуникации	ОПК-2	знать: – типологию моделей массовой коммуникации; уметь: – наблюдать и делать выводы о состоянии российского медиапространства;
2	Структура рекламного рынка и типология средств массовой коммуникации	ОПК-2	знать: – типологию средств массовой коммуникации; – критерии рекламоспособности медиа;

			уметь: – охарактеризовать рынок регионального медиапространства;
3	Социологические источники и инструментарий медиапланирования	ОПК-2	владеть: – социологическими инструментариями медиапланирования;
4	Планирование рекламных и информационных кампаний: предварительные процедуры	ОПК-2	знать: – принципы отбора медианосителей; владеть: – критериями отбора медианосителей;
5	Планирование рекламных и информационных кампаний: частные модели	ОПК-2	знать: – анатомию рекламного блока; уметь: – анализировать рейтинги рекламных блоков; владеть: – вычислениями поправочных сезонных и жанровых коэффициентов;
6	Планирование рекламных и информационных кампаний: основные модели, планирование, закупка, контроль	ОПК-2	знать: – основные модели планирования рекламных и информационных кампаний; – понятие "вес рекламной кампании"; уметь: – анализировать эффективность моделей планирования рекламных и информационных кампаний; – распределять виды весов рекламных кампаний;

Критерии оценивания компетенций

Код компе- тенции	Пороговый (базовый) уровень	Повышенный (продвинутый) уровень	Высокий (превосходный) уровень
ОПК-2	☐ демонстрирует базовый уровень знаний и навыки работы в отделах рекламы/связей с общественностью; ☐ умеет ставить и обосновывать цели и задачи в процессе реализации знаний и навыков работы в отделах рекламы/связей с	☐ демонстрирует глубокие знания и навыки работы в отделах рекламы/связей с общественностью; ☐ умеет ставить и обосновывать цели и задачи в процессе реализации знаний и навыков работы в отделах рекламы/связей с	☐ демонстрирует свободное владение знаниями о требованиях к постановке и обоснованию цели в процессе реализации профессиональной деятельности и выбору путей ее достижения; ☐ умеет ставить и обосновывать цели в процессе реализации профессиональной деятельности и выбор путей ее достижения для решения нестандартных задач социальной практики; ☐ имеет

	общественность; ☐ имеет опыт навыков работы в отделах рекламы/связей с общественностью в типичных ситуациях социальной практики.	общественность; ☐ имеет опыт навыков работы в отделах рекламы/связей с общественностью в типичных ситуациях социальной практики.	опыт проектирования постановки и обоснования цели в процессе реализации профессиональной деятельности и выбора путей ее достижения в нестандартных ситуациях социальной практики.
--	--	--	---

Оценочные средства и шкала оценивания (схема рейтинговой оценки)

№	Оценочное средство	Баллы	Оцениваемые компетенции	Семестр
1	Кейс-задача	20	ОПК-2	7
2	Реферат	10	ОПК-2	7
3	Тест	10	ОПК-2	7
4	Опрос	20	ОПК-2	7
5	Аттестация с оценкой	40	ОПК-2	7

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. Кейс-задача
2. Реферат
3. Тест
4. Опрос
5. Аттестация с оценкой