

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 «**Научно-исследовательская работа**»

Направление 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль «Реклама и связи с общественностью»

очная форма обучения

Заведующий кафедрой

А. В. Вирченко - 1 Вирченко

«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 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);
- умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);
- 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).

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
ОПК-4	Коммуникационный менеджмент, Маркетинговые исследования и ситуационный анализ, Организация и	Социальное проектирование в сфере связей с общественностью, Социальные проблемы в СМИ	Научно-исследовательская работа

	проведение мероприятий в сфере рекламы и связей с общественностью		
ПК-1	Маркетинговые исследования и ситуационный анализ, Основы 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	История рекламы, История связей с общественностью, Политическая реклама, Социальная реклама	Научно-исследовательская работа, 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

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	Информационно-аналитическая работа "Характеристика рынка сферы рекламы и связей с общественностью г. Волгограда и Волгоградской обл."	ОПК-1, ОПК-4, ПК-1	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – технологии сбора первичной и обработки информации, анализа вторичной информации; <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – формулировать проблемы в сфере рекламы и связей с общественностью на основе кабинетных исследований документальной информации; <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – методом анализа документов;
2	Исследовательская работа	ПК-1	знать:

	"Использование технологии опроса в сфере рекламы и связей с общественностью"		– методологию исследования: методы и инструменты научного исследования, технологии их применения, способы обработки; уметь: – разработать анкету, опросный лист; владеть: – разными видами опроса и других методов;
3	Аналитическая работа "Обработка информации и составление отчета"	ОПК-1, ОПК-4, ПК-1	знать: – систему сбора, обработки и систематизации статистических данных, социологический исследований; уметь: – интерпретировать собранную информацию; владеть: – технологией письменного составления отчета по проведенному исследованию;

Критерии оценивания компетенций

Код компетенции	Пороговый (базовый) уровень	Повышенный (продвинутый) уровень	Высокий (превосходный) уровень
ОПК-1	<input type="checkbox"/> демонстрирует базовый уровень знания профессиональные функции 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 функции 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.

ОПК-4	<input type="checkbox"/> демонстрирует базовый уровень умения планировать и готовить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия; <input type="checkbox"/> готов использовать основные методы, способы и планирования и подготовки коммуникационных кампаний и мероприятий под контролем по имеющимся образцам; <input type="checkbox"/> имеет опыт практического использования умения планировать и готовить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия.	<input type="checkbox"/> демонстрирует средний уровень умений планировать и готовить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия; <input type="checkbox"/> готов использовать основные методы, способы и планирования и подготовки коммуникационных кампаний и мероприятий под контролем по имеющимся образцам; <input type="checkbox"/> имеет опыт практического использования умения планировать и готовить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия.	<input type="checkbox"/> демонстрирует высокий уровень умений планировать и готовить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия; <input type="checkbox"/> готов использовать основные методы, способы и планирования и подготовки коммуникационных кампаний и мероприятий под контролем по имеющимся образцам; <input type="checkbox"/> имеет опыт практического использования умения планировать и готовить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия.
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, проведении мероприятий по повышению имиджа организации,	<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, проведении мероприятий по повышению имиджа организации,	<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 служб по связям с общественностью фирмы и организации, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль

	<p>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, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль</p>	<p>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, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль</p>	<p>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; <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>
--	---	---	---

	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.	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.	
--	---	---	--

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

№	Оценочное средство	Баллы	Оцениваемые компетенции	Семестр
1	Составление индивидуального плана НИР	10	ОПК-1	5
2	Составление библиографического списка по теме исследования	20	ОПК-4, ПК-1	5
3	Обзор основных направлений научной деятельности по теме исследования	30	ОПК-4, ПК-1	5
4	Анализ результатов. Подготовка к защите отчета по НИР	40	ОПК-4, ПК-1	5
5	Составление индивидуального плана НИР	10	ОПК-1	7
6	Составление библиографического списка по теме исследования	20	ОПК-4, ПК-1	7
7	Обзор основных направлений научной деятельности по теме исследования	30	ОПК-4, ПК-1	7
8	Анализ результатов. Подготовка к защите отчета по НИР	40	ОПК-4, ПК-1	7
9	Составление индивидуального плана НИР	10	ПК-1	8
10	Составление библиографического списка по теме исследования	20	ОПК-4, ПК-1	8
11	Обзор основных направлений научной деятельности по теме исследования	30	ОПК-4, ПК-1	8
12	Анализ результатов. Подготовка к защите отчета по НИР	40	ОПК-4, ПК-1	8

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

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. Составление индивидуального плана НИР
2. Составление библиографического списка по теме исследования
3. Обзор основных направлений научной деятельности по теме исследования
4. Анализ результатов. Подготовка к защите отчета по НИР