

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Волгоградский государственный социально-педагогический университет»  
Факультет управления и экономико-технологического образования  
Кафедра социальной работы

*Приложение к программе  
учебной дисциплины*

## **ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации студентов  
по дисциплине «Связи с общественностью»

Направление 43.03.02 «Туризм»

Профиль «Технология и организация туроператорских и турагентских услуг»

*заочная форма обучения*

Заведующий кафедрой

*Л. В. Жуков - Волрицков В. Н.*  
«01» *июня* 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 к продвижению и реализации туристского продукта с использованием информационных и коммуникативных технологий (ПК-11).

#### Этапы формирования компетенций в процессе освоения ОПОП

Код компетенции	Этап базовой подготовки	Этап расширения и углубления подготовки	Этап профессионально-практической подготовки
ПК-11	Информатика, Информационные технологии в туристской индустрии, Маркетинг в туристской индустрии, Технологии продаж	Инновации в туризме, Инновационные процессы развития туризма, Интернет-технологии, Информационные сети и базы данных, Межличностное общение и коммуникация, Разработка рекламного продукта, Реклама в туристской индустрии, Связи с общественностью, Технологии производства рекламы в туризме	

### 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	История и сущность связей с общественностью	ПК-11	знать: – историю становления связей с общественностью; – определение деятельности по

			<p>связям с общественностью;</p> <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– представлениями о деятельности специалиста в области связей с общественностью;</li> </ul>
2	Понятие общественности в PR	ПК-11	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– место общественности в работе PR-специалиста;</li> <li>– направления деятельности специалистов по связям с общественностью;</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– классифицировать группы общественности;</li> </ul> <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– методикой работы с группами общественности;</li> </ul>
3	Связи с общественностью и СМИ	ПК-11	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– особенности взаимодействия со СМИ в связях с общественностью;</li> <li>– роль общественного мнения в работе специалиста по связям с общественностью;</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– составлять материалы для СМИ;</li> <li>– анализировать результаты исследования общественного мнения;</li> </ul> <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– основными принципами влияния на общественное мнение с помощью СМИ;</li> </ul>
4	PR в социокультурном сервисе	ПК-11	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– место социального PR в структуре связей с общественностью;</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– применять знания и навыки в области корпоративной социальной ответственности для продвижения продукта в сфере социокультурного сервиса;</li> </ul> <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– принципами реализации социальных PR-программ;</li> </ul>
5	Связи с общественностью в международной сфере	ПК-11	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– опыт международных и национальных объединений в сфере деятельности по связям с общественностью;</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– пользоваться кодексами PR-специалистов для регулирования деятельности;</li> </ul>

			<p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– профессионально-этическими основами работы специалиста по связям с общественностью;</li> </ul>
6	Планирование и организация PR-мероприятий	ПК-11	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– основы и особенности планирования и организации мероприятий в сфере связей с общественностью;</li> <li>– специфику планирования и проведения;</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– применять навыки аналитической и организационной работы при планировании мероприятий в сфере связей с общественностью;</li> <li>– применять навыки планирования PR-кампании;</li> </ul> <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– основными подходами к организации и проведению мероприятий в связях с общественностью;</li> <li>– техникой составления информационных материалов;</li> </ul>

### Критерии оценивания компетенций

Код компетенции	Пороговый (базовый) уровень	Повышенный (продвинутый) уровень	Высокий (превосходный) уровень
ПК-11	Имеет теоретические представления о каналах продвижения и способах реализации туристского продукта с использованием информационных и коммуникативных технологий.	Хорошо знает систему продвижения и способы реализации туристского продукта с использованием информационных и коммуникативных технологий.	Демонстрирует свободное и уверенное знание основ системы продвижения и способов реализации туристского продукта с использованием информационных и коммуникативных технологий.

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

№	Оценочное средство	Баллы	Оцениваемые компетенции	Семестр
1	Реферат	15	ПК-11	5з

2	Проект	20	ПК-11	5з
3	Опрос	15	ПК-11	5з
4	Кейс-задача	10	ПК-11	5з
5	Аттестация с оценкой	40	ПК-11	5л

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. Проект
3. Опрос
4. Кейс-задача
5. Аттестация с оценкой