

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 **«Работа с текстами в связях с общественностью и рекламе»**

Направление 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль «Реклама и связи с общественностью»

*очная форма обучения*

Заведующий кафедрой

*Андрей Владимирович*

«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:

– обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3).

#### Этапы формирования компетенций в процессе освоения ОПОП

Код компетенции	Этап базовой подготовки	Этап расширения и углубления подготовки	Этап профессионально-практической подготовки
ОПК-3	Основы маркетинга, Работа с текстами в связях с общественностью и рекламе, Реклама в коммуникационном процессе, Стилистика и литературное редактирование		

### 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	Понятие pr-текст. Подходы к классификации pr-текстов	ОПК-3	знать: – понятие "документ", типологические особенности PR-документа, функции PR-документов; – подходы к классификации документов в системе связей с общественностью; уметь: – ориентироваться в системе PR-документов, в их функциональном назначении; – определять классификационные

			<p>признаки PR-документа;</p> <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– средствами коммуникативного воздействия, используемыми в текстах сферы связей с общественностью;</li> <li>– навыком анализа классификаций PR-документов;</li> </ul>
2	Первичные pr-тексты	ОПК-3	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– типологические особенности, требования к составлению, оформлению и содержанию PR-документов оперативно-новостных, информационно-новостных, исследовательско-новостных, исследовательских, фактологических и образно-новостных жанров;</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– анализировать полученный информационный повод в форматах различных документов, а также творчески применять различные методы составления оперативно-новостных, информационно-новостных, исследовательско-новостных и фактологических PR-документов;</li> </ul> <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– навыком написания оперативно-новостных, информационно-новостных, исследовательско-новостных и фактологических PR-документов;</li> </ul>
3	Медиа-тексты	ОПК-3	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– специфику PR-статей в сопоставлении журналистскими статьями; этапы написания PR-статей; особенности написания имиджевой статьи, имиджевого интервью, кейс-стори;</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– анализировать информационный повод в форматах имиджевой статьи, имиджевого интервью, кейс-стори;</li> </ul> <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– навыком написания имиджевой статьи, имиджевого интервью, кейс-стори;</li> </ul>
4	Спичрайтинг	ОПК-3	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– понятие "спичрайтинг"; основные этапы работы над составлением речи для руководителя (интервью,</li> </ul>

			<p>сбор необходимой информации, определение целевой аудитории, составление первого варианта текста выступления, доводка текста выступления после рекомендаций руководителя);</p> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– анализировать речь руководителя, организовывать и осуществлять этапы работы по составлению речи руководителя различных форматов;</li> </ul> <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– навыком написания речи руководителя разных форматов;</li> </ul>
5	Типология текстов печатной рекламы	ОПК-3	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– структуру рекламных текстов в целом и его вербальных составных частей (заголовков, подзаголовков, слоганов, эхо-фраз, основного текста и др.);</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– анализировать структуру рекламных текстов в целом и его вербальных составных частей (заголовков, подзаголовков, слоганов, эхо-фраз, основного текста и др.);</li> </ul> <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– навыком составления текстов печатной рекламы разных моделей;</li> </ul>
6	Специфика рекламных текстов на радио, телевидении и в интернете	ОПК-3	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– требования к разработке рекламного аудиоролика для радио и телевидения; общую характеристику SEO-текстов;</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– анализировать структуру рекламных текстов на радио, телевидение, SEO-текстов;</li> </ul> <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– навыком разработки рекламного аудиоролика для радио и сценария видеоклипа для телевидения, разработки SEO-текста;</li> </ul>

### Критерии оценивания компетенций

Код компетенции	Пороговый (базовый) уровень	Повышенный (продвинутый) уровень	Высокий (превосходный) уровень
ОПК-3	<input type="checkbox"/> демонстрирует базовый уровень навыков создания	<input type="checkbox"/> демонстрирует глубокие навыки создания текстов	<input type="checkbox"/> демонстрирует свободное владение навыками создания текстов рекламы и связей с

	<p>текстов рекламы и связей с общественностью, владения навыками литературного редактирования, копирайтинга; <input type="checkbox"/> готов использовать в профессиональной деятельности навыки создания текстов рекламы и связей с общественностью, владение навыками литературного редактирования, копирайтинга; <input type="checkbox"/> имеет опыт использования в профессиональной деятельности навыки создания текстов рекламы и связей с общественностью, владение навыками литературного редактирования, копирайтинга под контролем.</p>	<p>рекламы и связей с общественностью, владения навыками литературного редактирования, копирайтинга; <input type="checkbox"/> умеет использовать в профессиональной деятельности навыки создания текстов рекламы и связей с общественностью, навыки литературного редактирования, копирайтинга; <input type="checkbox"/> имеет опыт использования в профессиональной деятельности навыки создания текстов рекламы и связей с общественностью, владение навыками литературного редактирования, копирайтинга под контролем.</p>	<p>общественностью, владения навыками литературного редактирования, копирайтинга; <input type="checkbox"/> способен использовать в профессиональной деятельности навыки создания текстов рекламы и связей с общественностью, навыки литературного редактирования, копирайтинга; <input type="checkbox"/> имеет опыт использования в профессиональной деятельности навыки создания текстов рекламы и связей с общественностью, владение навыками литературного редактирования, копирайтинга самостоятельно.</p>
--	--	---	--

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

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

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