

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 «**Интегрированные коммуникации**»

Направление 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль «Реклама и связи с общественностью»

заочная форма обучения

Заведующий кафедрой

А. В. Воронцов / *Воронцов В. А.*

«14» *мая* 2019 г.

Волгоград
2019

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:

- способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий (ПКО-1);
- способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта (ПКО-3).

Этапы формирования компетенций в процессе освоения ОПОП

Код компетенции	Этап базовой подготовки	Этап расширения и углубления подготовки	Этап профессионально-практической подготовки
ПКО-1	Интегрированные коммуникации, Менеджмент в рекламе и связях с общественностью, Организация и проведение коммуникационных кампаний, Основы теории коммуникации: деловые и межличностные коммуникации, Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью	Коммуникационные основы деятельности СМИ в связях с общественностью, Коммуникационные основы рекламной деятельности СМИ, Коммуникационный менеджмент в рекламе и связях с общественностью, Презентация продукта в рекламе и связях с общественностью (как форма коммуникации), Реклама и связи с общественностью в сфере искусства в условиях современной России	Профессионально-ознакомительная практика, Профессионально-творческая практика, Учебная практика: Практика получения первичных умений и навыков
ПКО-3	Интегрированные коммуникации, Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях, Менеджмент в рекламе и связях с общественностью, Теория и практика рекламы, Цифровые коммуникации	Дизайн рекламно-коммуникационного продукта, Создание социокультурной среды средствами 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 освоения учебной дисциплины

№	Разделы дисциплины	Формируемые компетенции	Показатели сформированности (в терминах «знать», «уметь», «владеть»)
1	Комплекс маркетинговых коммуникаций	ПКО-1, ПКО-3	знать: – структуру участников процесса интегрированных коммуникаций, понимать условия их деятельности, особенности и ограничения; уметь: – обосновать применение различных видов маркетинговых коммуникаций для проведения рекламной кампании; обосновать выбор средств массовой информации как рекламоносителей и других видов маркетинговых коммуникаций при проведении интегрированных рекламных кампаний для разных рекламодателей; ориентироваться в современной ситуации в российской рекламной индустрии; владеть: – терминологией, используемой в сфере коммуникаций, обладать способностью разяснять сущность терминов и их функциональное и общественно философское содержание;
2	Интегрированные коммуникации на современном этапе	ПКО-1, ПКО-3	знать: – основные тенденции развития современного коммуникационного пространства, в том числе в условиях многоэтничного и интернационального окружения; уметь: – разрабатывать проект интегрированных коммуникаций в рамках планирования и осуществления коммуникационных кампаний и мероприятий; разрабатывать коммуникативные инструменты с учетом основных прав личности, в том числе иностранных граждан; оценивать эффективность интегрированных

			коммуникаций в рамках реализации коммуникативных кампаний и мероприятий; владеть: – навыками решения маркетинговых задач с использованием раз- личных видов интегрированных коммуникаций;
--	--	--	---

Критерии оценивания компетенций

Код компетенции	Пороговый (базовый) уровень	Повышенный (продвинутый) уровень	Высокий (превосходный) уровень
ПКО-1	???	???	???
ПКО-3	???	???	???

Оценочные средства и шкала оценивания (схема рейтинговой оценки)

№	Оценочное средство	Баллы	Оцениваемые компетенции	Семестр
1	Тест	10	ПКО-1, ПКО-3	3л
2	Подготовка реферата	15	ПКО-1, ПКО-3	3л
3	Контрольная работа	25	ПКО-1, ПКО-3	3л
4	Эссе	10	ПКО-1, ПКО-3	3л
5	Зачет	40	ПКО-1, ПКО-3	3л

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

Студент, набравший в сумме 60 и менее баллов, получает отметку «незачтено». Студент, набравший 61-100 баллов, получает отметку «зачтено».

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. Тест
2. Подготовка реферата
3. Контрольная работа

4. Эссе
5. Зачет