

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 «**Политическая реклама**»

Направление 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль «Реклама и связи с общественностью»

*заочная форма обучения*

Заведующий кафедрой

*А. В. Вязовский | Вязовский А.В.*

«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 осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде (УК-3);
- способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности (ОПК-4).

#### Этапы формирования компетенций в процессе освоения ОПОП

Код компетенции	Этап базовой подготовки	Этап расширения и углубления подготовки	Этап профессионально-практической подготовки
УК-3		Бренд в социокультурной сфере, Интернет-коммуникации 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, Политическая реклама, Презентация продукта в рекламе и связях с общественностью (как форма коммуникации), Реклама и связи с общественностью в социальной сфере современной России, Реклама и связи с общественностью в сфере искусства в условиях современной России, Современная пресс-служба, Создание социокультурной среды средствами рекламы и связей с	Профессионально-творческая практика

		общественностью, Социальная реклама, Технологии формирования имиджа в социокультурной сфере	
ОПК-4	Введение в коммуникационные специальности, Основы социологии, Психология, Психология рекламы и связей с общественностью, Социология рекламы и связей с общественностью, Теория и практика связей с общественностью	Бренд в социокультурной сфере, Организация работы отделов по связям с общественностью в государственной и муниципальной службе, Политическая реклама, Современная пресс-служба, Социальная реклама, Технологии формирования имиджа в социокультурной сфере, Управление исследованием и организация ситуационного анализа в проектировании	Преддипломная практика, Профессионально-ознакомительная практика, Учебная практика: Практика получения первичных умений и навыков

## 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	Политическая реклама: понятие, сущность и функции, история становления	УК-3, ОПК-4	знать: – базовые понятия и термины политической рекламы; основные тенденции развития политической рекламы; уметь: – применять базовую терминологию из сферы политической рекламы в условиях избирательной кампании;
2	Политическая реклама как форма политической коммуникации	УК-3, ОПК-4	знать: – место и роль политической рекламы в системе политических коммуникаций; классификацию видов политической рекламы;

			<p>основные концепции организации политических рекламных кампаний в России и за рубежом;</p> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– рационально и эффективно выбирать виды политической рекламы в условиях избирательной кампании;</li> </ul>
3	Нормативно-правовая основа политической рекламы	УК-3, ОПК-4	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– законодательство о политической рекламе в условиях избирательного процесса;</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– применять на практике законодательство о политической рекламе;</li> </ul> <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– основными этико-правовыми нормами в сфере использования политической рекламы;</li> </ul>
4	Стратегия и планирование политической рекламной кампании в избирательном процессе	УК-3, ОПК-4	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– особенности планирования и организации рекламной деятельности в политических кампаниях;</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– организовывать и планировать осуществление политической рекламной кампании;</li> </ul>
5	Политическая реклама и ее роль в избирательных кампаниях	УК-3, ОПК-4	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– основные функции, цели, задачи, виды, формы, типы рекламных кампаний; стили, методы политической рекламы на электоральное поведение;</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– выделять основные особенности целевых аудиторий; рационально и эффективно выбирать виды политической рекламы в условиях избирательной кампании; организовывать эффективное воздействие на целевую аудиторию средствами политической рекламы;</li> </ul> <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– технологиями использования политической рекламы в ходе избирательной кампании; исследовательским инструментарием в политической рекламе; навыками управления работой рекламных служб и служб по связям с общественностью в процессе организации</li> </ul>

			политических рекламных кампаний;
6	Формирование имиджа политика	УК-3, ОПК-4	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– место и роль рекламы в формировании имиджа политика;</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– использовать методы политической рекламы для успешного продвижения кандидата;</li> <li>формировать положительные и стратегические образы кандидата;</li> <li>проводить мероприятия по формированию и повышению имиджа политика;</li> </ul> <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– навыками разработки основных этапов конструирования рекламного политического имиджа кандидата;</li> </ul>
7	Оценка политической рекламной кампании	УК-3, ОПК-4	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– критерии оценки эффективности политической рекламы;</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– оценивать эффективность политических рекламных кампаний;</li> </ul> <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– технологиями тестирования политической рекламы и методикой оценки ее эффективности;</li> </ul>

### Критерии оценивания компетенций

Код компетенции	Пороговый (базовый) уровень	Повышенный (продвинутый) уровень	Высокий (превосходный) уровень
УК-3	???	???	???
ОПК-4	???	???	???

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

№	Оценочное средство	Баллы	Оцениваемые компетенции	Семестр
1	Реферат	15	УК-3, ОПК-4	3л
2	Эссе	20	УК-3, ОПК-4	3л
3	Дискуссия	10	УК-3, ОПК-4	3л
4	Кейс	15	УК-3, ОПК-4	3л
5	Экзамен	40	УК-3, ОПК-4	3л
6	Реферат	15	УК-3, ОПК-4	3з

7	Эссе	20	УК-3, ОПК-4	3з
8	Дискуссия	10	УК-3, ОПК-4	3з
9	Кейс	15	УК-3, ОПК-4	3з

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. Эссе
3. Дискуссия
4. Кейс
5. Экзамен