

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 **«Реклама и связи с общественностью в сфере искусства в
условиях современной России»**

Направление 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль «Реклама и связи с общественностью»

заочная форма обучения

Заведующий кафедрой

А. Воронков - Воронков А.К.

«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 воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах (УК-5);
- способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов (ОПК-3);
- способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий (ПКО-1).

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 | Профессионально-творческая практика |

| | | | |
|-------|---|---|--|
| | | России, Современная пресс-служба, Создание социокультурной среды средствами рекламы и связей с общественностью, Социальная реклама, Технологии формирования имиджа в социокультурной сфере | |
| УК-5 | Зарубежная философия, Культура речи, Культурология, Мировая художественная культура, Новейшая история России и зарубежных стран, Отечественная история, Русская философия | История рекламы в социально-культурной сфере, История связей с общественностью в социально-культурной сфере, Реклама и связи с общественностью в сфере искусства в условиях современной России | |
| ОПК-3 | Зарубежная литература, Культура речи, Культурология, Мировая художественная культура, Отечественная литература, Психология | История рекламы в социально-культурной сфере, История связей с общественностью в социально-культурной сфере, Реклама и связи с общественностью в социальной сфере современной России, Реклама и связи с общественностью в сфере искусства в условиях современной России | Преддипломная практика, Профессионально-ознакомительная практика, Учебная практика: Практика получения первичных умений и навыков |
| 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 | Профессионально-ознакомительная практика, Профессионально-творческая практика, Учебная практика: Практика получения первичных умений и навыков |

| | | | |
|--|--|--------|--|
| | | России | |
|--|--|--------|--|

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 | Особенности рассмотрения рекламы и связи с общественностью в сфере искусства | УК-3, УК-5, ОПК-3, ПКО-1 | <p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – функции искусства в современном обществе; <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – выявлять особенности рынка современного искусства; <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – организационными основами взаимосвязи технологий искусства и PR; |
| 2 | Особенности сферы искусства в России и за рубежом | УК-3, УК-5, ОПК-3, ПКО-1 | <p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – проблемы сферы искусства в России и за рубежом; <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – сравнивать особенности искусства в России и за рубежом; <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – PR-технологиями в сфере искусства; |
| 3 | Специфика работы с объектами PR-деятельности в сфере искусства | УК-3, УК-5, ОПК-3, ПКО-1 | <p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – значение работы с аудиторией в сфере искусства; <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – организовывать работу с аудиторией в сфере искусства; <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основами организации PR коммуникаций со СМИ; |
| 4 | Проведение PR-кампаний в сфере искусства | УК-3, УК-5, ОПК-3, ПКО-1 | <p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основные особенности организации PR-компаний; <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – использовать различные PR подходы в организации работы в учреждениях сферы культуры; <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – стратегией и тактикой проведения информационных компаний; |

| | | | |
|---|--|--------------------------|--|
| 5 | Специфика рекламной деятельности в сфере искусства | УК-3, УК-5, ОПК-3, ПКО-1 | знать: – роль и значение рекламы в сфере искусства; уметь: – эффективно организовывать этапы рекламной компании в сфере искусства; владеть: – целями и функциями рекламы в сфере искусства; |
|---|--|--------------------------|--|

Критерии оценивания компетенций

| Код компетенции | Пороговый (базовый) уровень | Повышенный (продвинутый) уровень | Высокий (превосходный) уровень |
|-----------------|-----------------------------|----------------------------------|--------------------------------|
| УК-3 | ??? | ??? | ??? |
| УК-5 | ??? | ??? | ??? |
| ОПК-3 | ??? | ??? | ??? |
| ПКО-1 | ??? | ??? | ??? |

Оценочные средства и шкала оценивания (схема рейтинговой оценки)

| № | Оценочное средство | Баллы | Оцениваемые компетенции | Семестр |
|---|----------------------|-------|--------------------------|---------|
| 1 | Контрольная работа | 15 | УК-3, УК-5, ОПК-3, ПКО-1 | 4л |
| 2 | Подготовка реферата | 10 | УК-3, УК-5, ОПК-3, ПКО-1 | 4л |
| 3 | Тест | 25 | УК-3, УК-5, ОПК-3, ПКО-1 | 4л |
| 4 | Эссе | 10 | УК-3, УК-5, ОПК-3, ПКО-1 | 4л |
| 5 | Аттестация с оценкой | 40 | УК-3, УК-5, ОПК-3, ПКО-1 | 4л |

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. Контрольная работа
2. Подготовка реферата
3. Тест
4. Эссе
5. Аттестация с оценкой