

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 «Создание социокультурной среды средствами рекламы и
связей с общественностью»

Направление 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль «Реклама и связи с общественностью»

заочная форма обучения

Заведующий кафедрой

А. В. Виноградов
«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 осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) (УК-4);
- 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
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	Профессионально-творческая практика

		<p>средствами рекламы и связей с общественностью, Социальная реклама, Технологии формирования имиджа в социокультурной сфере</p>	
УК-4	<p>Иностранный язык, Иностранный язык в рекламе и связях с общественностью, Русский язык</p>	<p>Интернет-коммуникации в Рекламе и связях с общественностью, Интернет-технологии обеспечения проектов и отдельных мероприятий, История связей с общественностью в социально-культурной сфере, Коммуникационные основы деятельности СМИ в связях с общественностью, Коммуникационные основы рекламной деятельности СМИ, Коммуникационный менеджмент в рекламе и связях с общественностью, Организация специальных мероприятий в рекламе и связях с общественностью, Презентация продукта в рекламе и связях с общественностью (как форма коммуникации), Рекламное обеспечение проектных мероприятий, Создание социокультурной среды средствами рекламы и связей с общественностью, Управленческие коммуникации в организации, Формы коммуникации в проектной деятельности</p>	
ПКО-3	<p>Интегрированные коммуникации,</p>	<p>Дизайн рекламно-коммуникационного</p>	<p>Преддипломная практика</p>

	Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях, Менеджмент в рекламе и связях с общественностью, Теория и практика рекламы, Цифровые коммуникации	продукта, Создание социокультурной среды средствами рекламы и связей с общественностью	
--	---	--	--

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 и структура социокультурной среды	УК-3-4, ПКО-3	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – этапы формирования среды и ее производность от рекламы, типы среды, типы аудитории и культур; <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – выделять основные направления исследования в рамках изучаемой дисциплины, определять ее место в системе научного знания, анализировать причины помех коммуникации разного уровня; <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – понятийным аппаратом данного раздела изучаемой дисциплины, понятийным аппаратом, навыками реализации речевых умений в учебной и профессиональной коммуникации;
2	Специфика социокультурной среды, создаваемой посредством рекламы и связей с общественностью	УК-3-4, ПКО-3	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – анализировать типы получаемой и отправляемой информации, а также результаты ее влияния на потребителя; <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – определять разного вида помехи в коммуникации (неверное членение речевой цепи, проблемы соотнесения графики со звуками, различия в коннотативной

			маркированности лексики и т.д.); владеть: – понятийным аппаратом данного раздела, навыками выявления факторов целенаправленного воздействия на аудиторию;
3	Технологии создания социокультурной среды в сфере связей с общественностью	УК-3-4, ПКО-3	знать: – основные направления и этапы создания и функционирования социокультурной среды; уметь: – определять структуру социокультурной среды и дифференцировать ее в различных сферах рекламы в зависимости от аудитории; владеть: – приемами и методами создания как простейшей так и многоуровневой среды в организации, корпорации, межорганизационной среде;

Критерии оценивания компетенций

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

Оценочные средства и шкала оценивания (схема рейтинговой оценки)

№	Оценочное средство	Баллы	Оцениваемые компетенции	Семестр
1	Тест	10	УК-3-4, ПКО-3	3з
2	Выполнение реферата	10	УК-3-4, ПКО-3	3з
3	Написание эссе	10	УК-3-4, ПКО-3	3з
4	Конспектирование научных публикаций с анализом	15	УК-3-4, ПКО-3	3з
5	Контрольная работа	15	УК-3-4, ПКО-3	3з
6	Зачет	40	УК-3-4, ПКО-3	3з

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. Выполнение реферата
3. Написание эссе
4. Конспектирование научных публикаций с анализом
5. Контрольная работа
6. Зачет