

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 «Социальная реклама»

Направление 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль «Реклама и связи с общественностью»

заочная форма обучения

Заведующий кафедрой

А. Воронин - / Воронин А.Н.

«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	Теоретико-методологические основы исследования социальной рекламы	УК-3, ОПК-4	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основные научные подходы к анализу социальной рекламы; – объект и предмет социальной рекламы; ее виды и структуру; ее место, роль и функции в современном обществе; <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – ориентироваться в основных направлениях развития социальной рекламы; – рассматривать социальную рекламу как сложносоставное общественное образование, отражающее тенденции

			социальных процессов; владеть: – категориально-понятийным аппаратом; – навыком анализа особенностей социальной рекламы;
2	Становление и развитие социальной рекламы в России и за рубежом	УК-3, ОПК-4	знать: – история развития и современное состояние социальной рекламы в России и за рубежом; – основные законодательные и этические правила работы в области социальной рекламы; уметь: – анализировать работу ведущих исследовательских организаций в области социальной рекламы; – руководствоваться правовыми нормами в профессиональной деятельности; владеть: – навыком анализа работы ведущих исследовательских организаций в области социальной рекламы; – основными законодательными и этическими правилами работы социальной рекламы в профессиональной деятельности;
3	Организационно-технологические особенности создания и размещения социальной рекламы	УК-3, ОПК-4	знать: – основные требования, предъявляемые к разработке социальной рекламы; принципы и этапы разработки социальной рекламы; – критерии выбора канала распространения социальной рекламы и средства ее размещения; уметь: – анализировать принципы и приемы разработки рекламной компании социальной проблематики; – анализировать средства распространения социальной рекламы; владеть: – принципами и приемами разработки социальной рекламы; – навыком анализа канала распространения социальной рекламы;
4	Эффективность социальной рекламы: проблемы определения и методы	УК-3, ОПК-4	знать: – понятие "эффективность социальной рекламы"; критерии и

	повышения		способы анализа эффективности социальной рекламы; уметь: – анализировать критерии и способы анализа эффективности социальной рекламы; владеть: – навыком анализа критериев эффективности социальной рекламы;
5	Прикладные аспекты социальной рекламы	УК-3, ОПК-4	знать: – прикладные аспекты социальной рекламы; уметь: – анализировать объекты социальной рекламы; владеть: – прикладными аспектами социальной рекламы;

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	Работа на семинарских занятиях	20	УК-3, ОПК-4	3л
2	Подготовка реферата	10	УК-3, ОПК-4	3л
3	Подготовка проекта социальной рекламы	30	УК-3, ОПК-4	3л
4	Экзамен	40	УК-3, ОПК-4	3л
5	Работа на семинарских занятиях	20	УК-3, ОПК-4	3з
6	Подготовка реферата	10	УК-3, ОПК-4	3з
7	Подготовка проекта социальной рекламы	30	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. Работа на семинарских занятиях
2. Подготовка реферата
3. Подготовка проекта социальной рекламы
4. Экзамен