

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 «Теория и практика 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. Вязович / Вязович 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 создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем (ОПК-1);
- способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности (ОПК-4);
- способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии (ОПК-6).

Этапы формирования компетенций в процессе освоения ОПОП

Код компетенции	Этап базовой подготовки	Этап расширения и углубления подготовки	Этап профессионально-практической подготовки
ОПК-1	Иностранный язык в рекламе и связях с общественностью, Русский язык, Теория и практика связей с общественностью	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, Подготовка проектной и сопровождающей документации, Презентация продукта в рекламе и связях с общественностью (как форма коммуникации), Рекламное обеспечение проектных мероприятий, Управленческие коммуникации в организации, Формы коммуникации в проектной деятельности	Преддипломная практика, Профессионально-ознакомительная практика, Профессионально-творческая практика, Учебная практика: Практика получения первичных умений и навыков
ОПК-4	Введение в	Бренд в	Преддипломная

	коммуникационные специальности, Основы социологии, Психология, Психология рекламы и связей с общественностью, Социология рекламы и связей с общественностью, Теория и практика связей с общественностью	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	практика, Профессионально-ознакомительная практика, Учебная практика: Практика получению первичных умений и навыков
ОПК-6	Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях, Теория и практика рекламы, Теория и практика связей с общественностью, Цифровые коммуникации	Интернет-коммуникации в Рекламе и связях с общественностью, Интернет-технологии в рекламе и связях с общественностью в социально-культурной сфере, Интернет-технологии обеспечения проектов и отдельных мероприятий, Информационно-организационные технологии в рекламе и связях с общественностью	Преддипломная практика, Профессионально-ознакомительная практика, Профессионально-творческая практика, Учебная практика: Практика получению 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	История развития связей с общественностью в России и за рубежом. Основные направления и характеристика	ОПК-1, ОПК-4, ОПК-6	знать: – базовые понятия, характеристики и профессиональные термины; основные концептуальные подходы к профессиональной деятельности в

	деятельности		сфере связей с общественностью; уметь: – применять полученные знания в области связей с общественностью; самостоятельно обрабатывать и анализировать первичные данные; владеть: – навыками анализа общественных проблем с точки зрения специалиста по связям с общественностью;
2	Правовое и этическое регулирование деятельности. Система связей с общественностью.	ОПК-1, ОПК-4, ОПК-6	знать: – этические и профессиональные стандарты, направления профессиональной деятельности; уметь: – ориентироваться в профессиональном мире связей с общественностью; основывать свою профессиональную деятельность на этических и правовых нормах и принципах профессиональных стандартов; владеть: – нормами профессиональной этики и права, основами регулирования деятельности в сфере связей с общественностью;
3	Общественность и общественное мнение в сфере связей с общественностью. Связи с общественностью и средства массовой информации.	ОПК-1, ОПК-4, ОПК-6	знать: – основные профессиональные объединения, издания, элетронные ресурсы по связям с общественностью творческие аспекты профессиональной деятельности специалиста по связям с общественностью; уметь: – применять основные стратегии информационной работы, правила подготовки и проведения профессиональных мероприятий, этапы формирования общественного мнения; владеть: – навыками социально-коммуникативной деятельности, умениями взаимодействия с общественностью, стратегиями информационной работы, подготовкой и проведением мероприятий для СМИ;
4	Корпоративный имидж. Основные виды рабочих мероприятий и документов	ОПК-1, ОПК-4, ОПК-6	знать: – технологии формирования имиджа, проектирования и

	в сфере рекламы и связей с общественностью.		<p>стратегического планирования в сфере связей с общественностью в государственных, корпоративных, политических и иных структурах; типологию документов, правила разработки коммуникационных кампаний;</p> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – применять полученные знания в области связей с общественностью, использовать различные методы планирования и оценки профессиональной деятельности; <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – технологией формирования и повышения имиджа и конкурентной позиции организации и фирмы на рынке, умением разработки и планирования рабочих мероприятий по связям с общественностью;
--	---	--	---

Критерии оценивания компетенций

Код компетенции	Пороговый (базовый) уровень	Повышенный (продвинутой) уровень	Высокий (превосходный) уровень
ОПК-1	???	???	???
ОПК-4	???	???	???
ОПК-6	???	???	???

Оценочные средства и шкала оценивания (схема рейтинговой оценки)

№	Оценочное средство	Баллы	Оцениваемые компетенции	Семестр
1	Контрольная работа	15	ОПК-1, ОПК-4, ОПК-6	2л
2	Эссе	10	ОПК-1, ОПК-4, ОПК-6	2л
3	Подготовка реферата	15	ОПК-1, ОПК-4, ОПК-6	2л
4	Тест	10	ОПК-1, ОПК-4, ОПК-6	2л
5	Конспект монографии	10	ОПК-1, ОПК-4, ОПК-6	2л
6	Контрольная работа	15	ОПК-1, ОПК-4, ОПК-6	1л
7	Решений кейса	10	ОПК-1, ОПК-4, ОПК-6	1л
8	Подготовка реферата	15	ОПК-1, ОПК-4,	1л

			ОПК-6	
9	Тест	10	ОПК-1, ОПК-4, ОПК-6	1л
10	Конспект монографии	10	ОПК-1, ОПК-4, ОПК-6	1л
11	Контрольная работа	15	ОПК-1, ОПК-4, ОПК-6	2з
12	Написание PR-материала	10	ОПК-1, ОПК-4, ОПК-6	2з
13	Подготовка реферата	15	ОПК-1, ОПК-4, ОПК-6	2з
14	Тест	10	ОПК-1, ОПК-4, ОПК-6	2з
15	Конспект монографии	10	ОПК-1, ОПК-4, ОПК-6	2з

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». 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. Эссе
3. Подготовка реферата
4. Тест
5. Конспект монографии
6. Решений кейса
7. Написание PR-материала