

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 «Рекламное обеспечение проектных мероприятий»

Направление 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль «Реклама и связи с общественностью»

*заочная форма обучения*

Заведующий кафедрой

Л. Олегкин - / Вороников А. Н.

«14» июня 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 деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) (УК-4);
- 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 осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта (ПКО-2).

#### **Этапы формирования компетенций в процессе освоения ОПОП**

<b>Код компетенции</b>	<b>Этап базовой подготовки</b>	<b>Этап расширения и углубления подготовки</b>	<b>Этап профессионально-практической подготовки</b>
УК-4	Иностранный язык, Иностранный язык в рекламе и связях с общественностью, Русский язык	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	
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 получению первичных умений и навыков
ПКО-2	Общественные и государственные институты в современном мире, Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламе, Теория и практика медиакоммуникаций, Теория и практика	Подготовка проектной и сопровождающей документации, Рекламное обеспечение проектных мероприятий, Формы коммуникации в проектной деятельности	Преддипломная практика, Профессионально-творческая практика

	рекламы	
--	---------	--

## 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 планирования и организации рекламной деятельности	УК-4, ОПК-1, ПКО-2	знать: – об этапах, принципах и методах создания рекламного продукта в целом и его наиболее важных составных частях и видах; уметь: – различать конкретные виды рекламы и PR-материалов, анализировать художественное исполнение и техническое воспроизведение рекламной продукции; владеть: – инвентарем средств коммуникативного воздействия, используемых в рекламе, и привить базовые навыки использования этих средств при создании рекламного продукта;
2	Рекламные стратегии	УК-4, ОПК-1, ПКО-2	знать: – различные способы рекламного воздействия и возможности их реализации в российских условиях; уметь: – управлять процессами создания, реализации рекламной продукции, и навыков написания аналитических справок, прогнозов и обзоров; владеть: – базовыми навыками разработки концепций рекламного обращения для создания рекламных сообщений;

### Критерии оценивания компетенций

<b>Код компетенции</b>	<b>Пороговый (базовый) уровень</b>	<b>Повышенный (продвинутый) уровень</b>	<b>Высокий (превосходный) уровень</b>
УК-4	???	???	???
ОПК-1	???	???	???
ПКО-2	???	???	???

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

<b>№</b>	<b>Оценочное средство</b>	<b>Баллы</b>	<b>Оцениваемые компетенции</b>	<b>Семестр</b>
1	Контрольная работа	15	УК-4, ОПК-1, ПКО-2	5л
2	Кейс-задача	10	УК-4, ОПК-1, ПКО-2	5л
3	Подготовка реферата	15	УК-4, ОПК-1, ПКО-2	5л
4	Тест	10	УК-4, ОПК-1, ПКО-2	5л
5	Конспект монографии	10	УК-4, ОПК-1, ПКО-2	5л
6	Экзамен	40	УК-4, ОПК-1, ПКО-2	5л
7	Контрольная работа	15	УК-4, ОПК-1, ПКО-2	5з
8	Кейс-задача	10	УК-4, ОПК-1, ПКО-2	5з
9	Подготовка реферата	15	УК-4, ОПК-1, ПКО-2	5з
10	Тест	10	УК-4, ОПК-1, ПКО-2	5з
11	Конспект монографии	10	УК-4, ОПК-1, ПКО-2	5з

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. Кейс-задача
3. Подготовка реферата
4. Тест
5. Конспект монографии
6. Экзамен