

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 «Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной
квалификационной работы»

Направление 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль «Реклама и связи с общественностью»

заочная форма обучения

Заведующий кафедрой

А. В. Воронцов / *Воронцов 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 осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач (УК-1);
- способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений (УК-2);
- 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);
- способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах (УК-5);
- способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни (УК-6);
- 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 учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах (ОПК-2);
- способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов (ОПК-3);
- способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности (ОПК-4);
- способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования (ОПК-5);
- способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии (ОПК-6);
- способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности (ОПК-7);
- способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий (ПКО-1);
- способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта (ПКО-2);
- 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-1	Зарубежная философия,	Интернет-технологии в	Преддипломная

	Русская философия	рекламе и связях с общественностью в социально-культурной сфере, Организация работы отделов по связям с общественностью в государственной и муниципальной службе, Социокультурный консалтинг в рекламе и связях с общественностью, Управление исследованием и организация ситуационного анализа в проектировании	практика, Профессионально-ознакомительная практика, Профессионально-творческая практика, Учебная практика: Практика получения первичных умений и навыков
УК-2	Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы	Подготовка проектной и сопровождающей документации	
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	Профессионально-творческая практика

		социокультурной среды средствами рекламы и связей с общественностью, Социальная реклама, Технологии формирования имиджа в социокультурной сфере	
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	
УК-5	Зарубежная философия,	История рекламы в	

	Культура речи, Культурология, Мировая художественная культура, Новейшая история России и зарубежных стран, Отечественная история, Русская философия	социально-культурной сфере, История связей с общественностью в социально-культурной сфере, Реклама и связи с общественностью в сфере искусства в условиях современной России	
УК-6	Менеджмент в рекламе и связях с общественностью		
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-2	Общественные и государственные институты в современном мире, Основы теории коммуникации: деловые и межличностные коммуникации	Дизайн рекламно-коммуникационного продукта, Информационно-организационные технологии в рекламе и связях с общественностью, Организация специальных мероприятий в рекламе	Преддипломная практика, Профессионально-ознакомительная практика, Учебная практика: Практика получения первичных умений и навыков

		и связях с общественностью, Социокультурный консалтинг в рекламе и связях с общественностью	
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
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
ОПК-5	Введение в коммуникационные специальности, Основы теории коммуникации: деловые и межличностные коммуникации, Политология, Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы, Экономика, Этическое регулирование связей с общественностью и рекламы		Преддипломная практика, Профессионально-ознакомительная практика, Учебная практика: Практика получения первичных умений и навыков
ОПК-6	Информационные	Интернет-	Преддипломная

	технологии и базы данных в прикладных коммуникациях, Теория и практика рекламы, Теория и практика связей с общественностью, Цифровые коммуникации	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	практика, Профессионально-ознакомительная практика, Профессионально-творческая практика, Учебная практика: Практика получению первичных умений и навыков
ОПК-7	Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы, Этическое регулирование связей с общественностью и рекламы		Преддипломная практика, Профессионально-ознакомительная практика, Профессионально-творческая практика, Учебная практика: Практика получению 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 России	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	Подготовка проектной и сопровождающей документации, Рекламное обеспечение проектных мероприятий, Формы коммуникации в	Преддипломная практика, Профессионально-творческая практика

	рекламе, Теория и практика медиакоммуникаций, Теория и практика рекламы	проектной деятельности	
ПКО-3	Интегрированные коммуникации, Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях, Менеджмент в рекламе и связях с общественностью, Теория и практика рекламы, Цифровые коммуникации	Дизайн рекламного-коммуникационного продукта, Создание социокультурной среды средствами рекламы и связей с общественностью	Преддипломная практика

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	Требования к подготовке, представлении и защите ВКР	УК-1-6, ОПК-1-7, ПКО-1-3	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – актуальные профессиональные задачи в области научно - исследовательской и практической деятельности в соответствии с профилем подготовки и соответствующие научно - практические методы их решения; <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – систематизировать и применять полученные знания при решении конкретных научных и практических задач в профессиональной сфере; <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – профессиональными навыками для решения научно - исследовательских проблем исследования и умением представления и публичной защиты результатов исследования;

Критерии оценивания компетенций

Код компетенции	Пороговый (базовый) уровень	Повышенный (продвинутый) уровень	Высокий (превосходный) уровень
УК-1	???	???	???
УК-2	???	???	???
УК-3	???	???	???
УК-4	???	???	???
УК-5	???	???	???
УК-6	???	???	???
ОПК-1	???	???	???
ОПК-2	???	???	???
ОПК-3	???	???	???
ОПК-4	???	???	???
ОПК-5	???	???	???
ОПК-6	???	???	???
ОПК-7	???	???	???
ПКО-1	???	???	???
ПКО-2	???	???	???
ПКО-3	???	???	???

Оценочные средства и шкала оценивания (схема рейтинговой оценки)

№	Оценочное средство	Баллы	Оцениваемые компетенции	Семестр
1	Представление выпускной квалификационной работы, включая отзыв научного руководителя исправку о проверке на объем заимствования в системе «Антиплагиат» в ФГБОУ ВПО «ВГСПУ»	40	УК-1-6, ОПК-1-7, ПКО-1-3	5л
2	Написание и представление краткого выступления по теме работы, в котором в сжатой форме обосновывает актуальность темы исследования, ее цели и задачи, излагает основное содержание работы по разделам, полученные результаты и выводы	10	УК-1-6, ОПК-1-7, ПКО-1-3	5л
3	Ответы на вопросы членов комиссии	10	УК-1-6, ОПК-1-7, ПКО-1-3	5л

Итоговая оценка по дисциплине определяется преподавателем на основании суммы баллов, набранных студентом в течение семестра и период промежуточной аттестации.

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. Представление выпускной квалификационной работы, включая отзыв научного руководителя исправку о проверке на объем заимствования в системе «Антиплагиат» в ФГБОУ ВПО «ВГСПУ»
2. Написание и представление краткого выступления по теме работы, в котором в сжатой форме обосновывает актуальность темы исследования, ее цели и задачи, излагает основное содержание работы по разделам, полученные результаты и выводы
3. Ответы на вопросы членов комиссии