

МИНПРОСВЕЩЕНИЯ 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 **«Дизайн рекламно-коммуникационного продукта»**

Направление 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль «Реклама и связи с общественностью»

заочная форма обучения

Заведующий кафедрой

_____ /Калачев А.В.

« 13 » _____ мая _____ 2022 г.

Волгоград
2022

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 и редактировать информационные ресурсы (ПК-1).

Этапы формирования компетенций в процессе освоения ОПОП

Код компетенции	Этап базовой подготовки	Этап расширения и углубления подготовки	Этап профессионально-практической подготовки
ПК-1	Интегрированные коммуникации	Бренд в социокультурной сфере, Дизайн рекламно-коммуникационного продукта, 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, Подготовка проектной и сопровождающей документации, Политическая реклама, Презентация продукта в рекламе и связях с общественностью (как форма коммуникации), Рекламное обеспечение проектных мероприятий, Социальная реклама, Социокультурный консалтинг в рекламе и связях с общественностью, Технологии	

		формирования имиджа в социокультурной сфере, Формы коммуникации в проектной деятельности	
--	--	--	--

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	Основы дизайнерского искусства	ПК-1	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основы дизайнерского искусства в целом, их реализацию в социальной и коммерческой сфере; <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – подбирать стиль, дизайнерские решения и модели оформления продуктов в зависимости от социального запроса; <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками различных видов дизайна как самостоятельно так и включения в процесс профессиональных дизайнеров;
2	Понятие и содержание рекламно-коммуникационного продукта	ПК-1	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основное содержание рекламно-коммуникационного продукта, его виды и сферы применения; <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – определять критерии и степень востребованности продуктов, а также прогнозировать тенденции развития запросов; <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – знаниями и навыками в области разработки рекламно-коммуникационных продуктов, методами распределения продуктов в социальной жизни общества;
3	Структура и классификация рекламно-коммуникационных продуктов	ПК-1	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – виды, типы и содержание различных рекламных продуктов; <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – варьировать содержание и

			<p>дизайнерское решение в соответствии с запросом руководства, целевой аудитории и востребованности продукта;</p> <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками анализа, применения типовых и нестандартных решений в разработке различных продуктов;
4	Место и роль рекламно-коммуникационных продуктов в связях с общественностью и рекламе	ПК-1	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основные принципы презентации социальных проблем в СМИ посредством рекламно-коммуникационных продуктов; <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – создавать рекламно-коммуникационные продукты для различных СМИ и целевых аудиторий; <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основами нестандартных дизайнерских решений для актуализации освещаемых проблем;

Критерии оценивания компетенций

Код компетенции	Пороговый (базовый) уровень	Повышенный (продвинутый) уровень	Высокий (превосходный) уровень
ПК-1	<p>Демонстрирует базовый уровень знаний о поиске информации по тематике сайта, написанию информационных материалов, редактированию информации на сайте, ведению новостных лент и представительств в социальных сетях, модерированию обсуждений на сайте, в форуме и социальных сетях, нормативном контроле содержания сайта</p> <p>демонстрирует глубокие знания о поиске информации</p>	<p>Демонстрирует глубокие знания о поиске информации по тематике сайта, написанию информационных материалов, редактированию информации на сайте, ведению новостных лент и представительств в социальных сетях, модерированию обсуждений на сайте, в форуме и социальных сетях, нормативном контроле содержания сайта.</p>	<p>Демонстрирует глубокие знания о поиске информации по тематике сайта, написанию информационных материалов, редактированию информации на сайте, ведению новостных лент и представительств в социальных сетях, модерированию обсуждений на сайте, в форуме и социальных сетях, нормативном контроле содержания сайта.</p>

	<p>по тематике сайта, написанию информационных материалов, редактированию информации на сайте, ведению новостных лент и представительств в социальных сетях, модерированию обсуждений на сайте, в форуме и социальных сетях, нормативном контроле содержания сайта демонстрирует свободное владение знаниями о поиске информации по тематике сайта, написанию информационных материалов, редактированию информации на сайте, ведению новостных лент и представительств в социальных сетях, модерированию обсуждений на сайте, в форуме и социальных сетях, нормативном контроле содержания сайта.</p>		
--	---	--	--

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

№	Оценочное средство	Баллы	Оцениваемые компетенции	Семестр
1	Тест	10	ПК-1	3л
2	Контрольная работа	15	ПК-1	3л
3	Подготовка выступления	15	ПК-1	3л
4	Участие в дискуссии	10	ПК-1	3л
5	Решение кейса	10	ПК-1	3л
6	Зачет	40	ПК-1	3л

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. Контрольная работа
3. Подготовка выступления
4. Участие в дискуссии
5. Решение кейса
6. Зачет