

МИНПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Волгоградский государственный социально-педагогический университет»
Институт 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 **«Коммуникационные основы деятельности СМИ в связях с
общественностью»**

Направление 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»
Профиль «Реклама и связи с общественностью»

очная форма обучения

Заведующий кафедрой

_____ /Калачев А.В.

« 27 » февраля _____ 2024 г.

Волгоград
2024

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).

Этапы формирования компетенций в процессе освоения ОПОП

Код компетенции	Этап базовой подготовки	Этап расширения и углубления подготовки	Этап профессионально-практической подготовки
УК-4	Иностранный язык, Иностранный язык в рекламе и связях с общественностью, Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламе, Русский язык	Коммуникационные основы деятельности СМИ в связях с общественностью, Коммуникационные основы рекламной деятельности СМИ, Организация специальных мероприятий в рекламе и связях с общественностью, Создание социокультурной среды средствами рекламы и связей с общественностью	

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	Стратегия и тактика использования СМИ в связях с общественностью	УК-4	знать: – базовые понятия, характеристики и профессиональные функции СМИ; уметь:

			<ul style="list-style-type: none"> – ориентироваться в профессиональном мире связей с общественностью; владеть: <ul style="list-style-type: none"> – навыками анализа общественных проблем с точки зрения специалиста по связям с общественностью;
2	Журналисты как ключевая аудитория	УК-4	<ul style="list-style-type: none"> знать: <ul style="list-style-type: none"> – место и роль СМИ в формировании коммуникативных событий; уметь: <ul style="list-style-type: none"> – создавать коммуникативные события, взаимодействовать с журналистами; владеть: <ul style="list-style-type: none"> – основными инструментами воздействия на события, навыками общения в медиасреде;
3	Правила разработки коммуникационных и информационных кампаний в СМИ	УК-4	<ul style="list-style-type: none"> знать: <ul style="list-style-type: none"> – понятие информационного потока, технологию производства и смыслового позиционирования новостей для СМИ; уметь: <ul style="list-style-type: none"> – разрабатывать информационных кампаний с участием СМИ; владеть: <ul style="list-style-type: none"> – технологиями производства и смыслового позиционирования новостей для СМИ;
4	Функции и задачи специалиста по работе со средствами массовой информации	УК-4	<ul style="list-style-type: none"> знать: <ul style="list-style-type: none"> – основы деятельности ПР-специалиста в новостном производстве СМИ; уметь: <ul style="list-style-type: none"> – создавать коммуникативные эффекты, воздействовать на аудиторию с использованием коммуникативных технологий; владеть: <ul style="list-style-type: none"> – основными видами коммуникации, используемыми в деятельности по связям с общественностью;

Критерии оценивания компетенций

Код компетенции	Пороговый (базовый) уровень	Повышенный (продвинутый) уровень	Высокий (превосходный) уровень
УК-4	Демонстрирует	Демонстрирует	Демонстрирует свободное

	<p>свободное владение знаниями о концепции продвижения продукции СМИ, (включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы); формирования коммуникационных целей и маркетинговых стратегий, организации мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ контролю и оценке эффективности результатов продвижения продукции СМИ.</p>	<p>глубокие знания коммуникативных особенностей устной и письменной речи на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах); <input type="checkbox"/> умеет использовать основные коммуникативные нормы русского и иностранного языков в учебной и профессиональной деятельности; <input type="checkbox"/> владеет расширенным набором коммуникативных возможностей использования устных и письменных форм на русском и иностранном языках в профессиональной учебной деятельности.</p>	<p>владение коммуникативными нормами русского языка, имеет опыт взаимодействия на иностранном языке в решении профессиональных проблем <input type="checkbox"/> умеет использовать свои коммуникативные способности в устной и письменной формах на русском и иностранном языках <input type="checkbox"/> владеет иностранным языком на уровне контакта с носителями языка по профессиональным проблемам; может передать необходимую информацию коллегам и клиентам.</p>
--	---	--	--

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

№	Оценочное средство	Баллы	Оцениваемые компетенции	Семестр
1	Контрольная работа	15	УК-4	7
2	Эссе	10	УК-4	7
3	Подготовка реферата	15	УК-4	7
4	Тест	10	УК-4	7
5	Конспект монографии	10	УК-4	7
6	Экзамен	40	УК-4	7

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. Эссе
3. Подготовка реферата
4. Тест
5. Конспект монографии
6. Экзамен