

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 **«История рекламы в социально-культурной сфере»**

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 воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах (УК-5).

Этапы формирования компетенций в процессе освоения ОПОП

Код компетенции	Этап базовой подготовки	Этап расширения и углубления подготовки	Этап профессионально-практической подготовки
УК-5	Зарубежная философия, История России, Культура речи, Культурология, Мировая художественная культура, Новейшая история России и зарубежных стран, Основы российской государственности, Русская философия	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	

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	Протореклама. Античная реклама	УК-5	знать: – проторекламные элементы, условия возникновения рекламной информации и рекламной деятельности; основные периоды развития рекламы; – анализировать тенденции развития рекламы периода

			<p>античности;</p> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – анализировать условия возникновения рекламной информации и рекламной деятельности; <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – типологию рекламных жанров периода Античности;
2	Западноевропейская и отечественная реклама в средние века	УК-5	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – средневековая реклама(периодизация Средневековья и виды рекламы, основные сферы деятельности средневековой рекламы, средневековая символика и эмблематика в рекламе). <p>Конфессиональная протореклама. Новшества раннего Средневековья. Рекламные функции средневековых городских глашатаев. Рекламная деятельность герольдов. Фольклорные виды устной рекламы Средневековья. Рекламные особенности «криков улиц».</p> <p>Реклама стационарных зазывал. Изобразительная реклама развитого Средневековья. Торговая и цеховая эмблематика в рекламном процессе. Цеховые демонстративные акции и саморегулирование цеховой рекламы. Активизация религиозной рекламы. Предплакатные жанры рекламы. Изобразительная и письменная реклама позднего Средневековья. Институт регулирования рекламной деятельности;</p> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – типологию рекламных жанров западноевропейской и отечественной рекламы периода Средних веков; <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – анализировать тенденции развития западноевропейской и отечественной рекламы периода Средних веков;
3	Западноевропейская реклама Нового времени	УК-5	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – типологию рекламных жанров западноевропейской рекламы Нового времени; <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – анализировать тенденции

			развития западноевропейской и отечественной рекламы Нового времени;
4	История становления рекламы в США (XVII-XVIII вв.)	УК-5	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – условия развития североамериканской рекламы XVII-XVIII вв; <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – анализировать особенности направлений развития североамериканской рекламы в США XVII-XVIII века;
5	Развитие рекламы в XIX веке в России, Европе и США	УК-5	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – этапы и направления развития рекламы XIX веке в России, Европе и США; <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – анализировать особенности этапов развития рекламы XIX века, направления развития рекламы XIX века;
6	Развитие рекламы в XX веке: этапы, проблемы и тенденции	УК-5	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – этапы и направления развития рекламы XX века; <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – анализировать особенности этапов развития рекламы XX века, направления развития рекламы XX века;
7	Рекламные агентства: история развития. Международные рекламные корпорации	УК-5	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – понятие "рекламное агенство полного цикла", ведущие рекламные агенства полного цикла XX-XXI века: общая характеристика, история возникновения, основные рекламные кампании; – международные рекламные корпорации: общая характеристика, история возникновения, основные рекламные кампании; <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – анализ особенностей организации работы агентства полного цикла на примере ведущих рекламных агентств; – анализ особенностей организации работы международных рекламных корпораций;
8	Выдающиеся копирайтеры	УК-5	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – рекламные кампании ведущих копирайтеров, их творческие подходы к созданию текстов; <p>уметь:</p>

			<p>– анализ творческих подходов к созданию рекламных кампаний ведущих копирайтеров;</p> <p>владеть:</p> <p>– навыком анализа топовых рекламных кампаний известных копирайтеров;</p>
--	--	--	---

Критерии оценивания компетенций

Код компетенции	Пороговый (базовый) уровень	Повышенный (продвинутый) уровень	Высокий (превосходный) уровень
УК-5	<p>Демонстрирует базовый уровень сформированности способности толерантно воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах; <input type="checkbox"/> умеет толерантно воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах; <input type="checkbox"/> имеет опыт толерантного восприятия межкультурного разнообразия общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.</p>	<p>Демонстрирует глубокие знания о межкультурном разнообразии общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах; <input type="checkbox"/> умеет осуществлять обоснованный выбор толерантного отношения к межкультурному разнообразию общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах; <input type="checkbox"/> имеет опыт восприятия межкультурного разнообразия общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.</p>	<p>Демонстрирует свободное владение знаниями о восприятии межкультурного разнообразия общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах; <input type="checkbox"/> умеет задавать адекватно воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах; <input type="checkbox"/> имеет актуальный опыт восприятия межкультурного разнообразия общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.</p>

Оценочные средства и шкала оценивания (схема рейтинговой оценки)

№	Оценочное средство	Баллы	Оцениваемые компетенции	Семестр
1	Опрос	20	УК-5	2
2	Презентация	10	УК-5	2
3	Тест	20	УК-5	2
4	Реферат	10	УК-5	2
5	Экзамен	40	УК-5	2

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. Опрос
2. Презентация
3. Тест
4. Реферат
5. Экзамен