

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 «**Социальная реклама**»

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 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 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	

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	Теоретико-методологические основы исследования социальной рекламы	ПК-1	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основные научные подходы к анализу социальной рекламы; – объект и предмет социальной рекламы; ее виды и структуру; ее место, роль и функции в современном обществе; <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – ориентироваться в основных направлениях развития социальной рекламы; – рассматривать социальную рекламу как сложносоставное общественное образование, отражающее тенденции социальных процессов; <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – категориально-понятийным аппаратом; – навыком анализа особенностей социальной рекламы;
2	Становление и развитие социальной рекламы в России и за рубежом	ПК-1	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – история развития и современное состояние социальной рекламы в России и за рубежом; – основные законодательные и этические правила работы в области социальной рекламы; <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – анализировать работу ведущих исследовательских организаций в области социальной рекламы; – руководствоваться правовыми нормами в профессиональной деятельности; <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыком анализа работы ведущих исследовательских организаций в

			<p>области социальной рекламы;</p> <ul style="list-style-type: none"> – основными законодательными и этическими правилами работы социальной рекламы в профессиональной деятельности;
3	<p>Организационно-технологические особенности создания и размещения социальной рекламы</p>	ПК-1	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основные требования, предъявляемые к разработке социальной рекламы; принципы и этапы разработки социальной рекламы; – критерии выбора канала распространения социальной рекламы и средства ее размещения; <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – анализировать принципы и приемы разработки рекламной компании социальной проблематики; – анализировать средства распространения социальной рекламы; <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – принципами и приемами разработки социальной рекламы; – навыком анализа канала распространения социальной рекламы;
4	<p>Эффективность социальной рекламы: проблемы определения и методы повышения</p>	ПК-1	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – понятие "эффективность социальной рекламы"; критерии и способы анализа эффективности социальной рекламы; <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – анализировать критерии и способы анализа эффективности социальной рекламы; <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыком анализа критериев эффективности социальной рекламы;
5	<p>Прикладные аспекты социальной рекламы</p>	ПК-1	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – прикладные аспекты социальной рекламы; <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – анализировать объекты социальной рекламы; <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – прикладными аспектами социальной рекламы;

Критерии оценивания компетенций

Код компетенции	Пороговый (базовый) уровень	Повышенный (продвинутый) уровень	Высокий (превосходный) уровень
ПК-1	???	???	???

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

№	Оценочное средство	Баллы	Оцениваемые компетенции	Семестр
1	Работа на семинарских занятиях	20	ПК-1	5
2	Подготовка реферата	10	ПК-1	5
3	Подготовка проекта социальной рекламы	30	ПК-1	5
4	Экзамен	40	ПК-1	5

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. Работа на семинарских занятиях
2. Подготовка реферата
3. Подготовка проекта социальной рекламы
4. Экзамен