Министерство культуры Российской Федерации

ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный институт культуры»

Факультет информационных, библиотечных и музейных технологий

Кафедра технологии документальных и медиакоммуникаций

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

по учебной дисциплине

**«Реклама и связи с общественностью»**

**42.04.05 «Медиакоммуникации»**

Профиль подготовки

**«Медиаменеджмент»**

Квалификация (степень) выпускника

**Магистр**

Форма обучения

**заочная**

|  |
| --- |
| Утверждена на заседании кафедры Технологии документальных коммуникаций 24.05.2022 г., протокол № 10 |

Составитель:

Челомбитко С.В.

Кемерово

**1. Перечень оцениваемых компетенций:**

ПК-4 – Способен разрабатывать маркетинговые стратегии медиакоммуникационного проекта

**2. Критерии и показатели оценивания компетенций**

Обучающийся должен демонстрировать следующие результаты обучения по дисциплине:

*знать:*

* теорию и технологии маркетинга (З1);
* особенности разработки и реализации комплекса маркетинга в традиционной и электронной среде (З2);
* особенности организации и реализации маркетинговых коммуникаций в традиционной и электронной среде (З3);

*уметь*:

* использовать маркетинговые коммуникации для продвижения на медиарынке (У1);
* разрабатывать и реализовывать маркетинговую стратегию для продвижения (У2);

*владеть:*

* способами контроля и оценки организации маркетинговой деятельности (В1);
* технологиями реализации маркетинговой стратегии (В2).

**3. Формируемые компетенции в структуре учебной дисциплины и средства их оценивания**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Разделы (темы)  дисциплины | Код оцениваемой компетенции | Планируемые результаты обучения по дисциплине (ЗУВ) | Оценочное средство |
| **Раздел 1. Основы рекламной деятельности.**  . | ПК-4 | З1, З2, З3, У1, У2, В1, В2 | Выполнение практических заданий.  Выполнение тестовых заданий. Устный опрос.  Устные сообщения с электронной презентацией |
| **Раздел 2. Рекламные технологии в медиакоммуникациях.** | ПК-4 | З1, З2, З3, У1, У2, В1, В2 | Устный опрос  Выполнение учебных проектов заданий (разработка рекламного текста, разработка рекламного продукта). |
| **Раздел. 3 PR-технологии в медиакоммуникациях.** | ПК-4 | З1, З2, З3, У1, У2, В1, В2 | Устный опрос  Выполнение учебных проектов заданий (разработка PR-кампании), зачет |

**4. Оценочные средства по дисциплине для текущего контроля и описание критериев оценивания**

**4.1 Описание критериев оценивания компетенций на различных уровнях их формирования**

**При выставлении оценки преподаватель учитывает**: логику, структуру, стиль ответа; культуру речи, манеру общения; готовность к дискуссии, аргументированность ответа; уровень самостоятельного мышления; умение приложить теорию к практике, решить задачи.

**Нулевой уровень («неудовлетворительно»).** Результаты обучения свидетельствуют, что обучающийся:

* усвоил некоторые элементарные профессиональные знания, но не владеет понятийным аппаратом области профессиональной деятельности;
* не умеет установить связь теории с практикой;
* не владеет способами решения практико-ориентированных задач.

**Первый уровень – пороговый («удовлетворительно»).** Достигнутый уровень оценки результатов обучения выпускника показывает, что выпускник:

* обладает фрагментарными знаниями, отличающимися поверхностью и малой содержательностью; раскрывает содержание вопроса не глубоко, бессистемно, с некоторыми неточностями;
* слабо, недостаточно аргументированно обосновывает связь теории с практикой;
* понимает и способен интерпретировать основной теоретический материал области профессиональной деятельности.

**Второй уровень повышенный («хорошо»).** Обучающийся на должном уровне:

* раскрывает учебный материал: даёт содержательно полный ответ, требующий незначительных дополнений и уточнений, которые он может сделать самостоятельно после наводящих вопросов членов государственной экзаменационной комиссии;
* демонстрирует учебные умения и навыки в области решения практико-ориентированных задач;
* владеет способами анализа, сравнения, обобщения и обоснования выбора методов решения практико-ориентированных задач.

**Третий уровень продвинутый («отлично»).** Обучающийся, достигающий данного уровня:

* даёт полный, глубокий, логично выстроенный по содержанию вопроса ответ, используя различные источники информации, не требующий дополнений и уточнений;
* доказательно иллюстрирует основные теоретические положения практическими примерами;
* способен глубоко анализировать теоретический и практический материал, обобщать его, самостоятельно делать выводы, вести диалог и высказывать свою точку зрения.

Оценка «отлично» выставляется в том случае, если обучающийся достиг продвинутого уровня формирования компетенций, а именно: дал полные развернутые ответы на теоретические вопросы и практические задания.

Оценка «хорошо» выставляется в том случае, если, обучающийся достиг повышенного уровня формирования компетенций: ответы на теоретические вопросы неполные, либо практические задания выполнены не в полном объеме.

Оценка «удовлетворительно» выставляется в том случае, если обучающийся достиг порогового уровня формирования компетенций, а именно: дал неполные ответы на теоретические вопросы и не полностью выполнил практические задания.

Оценка «неудовлетворительно» соответствует нулевому уровню формирования компетенций и выставляется в том случае, если ответы обучающегося на теоретические вопросы и практические задания либо отсутствовали, либо содержали существенные фактические ошибки.

**4.2. Критерии оценивания практических работ**

В ходе освоения дисциплины предусмотрено 3 практических работы (6 часов). Описания практических работ представлены в электронном учебно-методическом комплексе дисциплины, размещенном на сайте «Электронная образовательная среда КемГИК»).

***Критерии оценивания:***

* ***5 баллов*** *ставится в том случае, если:*

выполнены все задания в практической работе, обучающийся обнаруживает полное понимание материала, соблюдает требования к представлению результатов выполнения заданий практической работы;

* ***4 балла*** *ставится в том случае, если:*

выполнены все задания в практической работе, обучающийся соблюдает требования к представлению результатов выполнения заданий практической работы, однако допускает единичные ошибки, неточности;

* ***3 балла*** *ставится, если*:

выполнена большая часть заданий в практической работе, обучающийся знает и понимает основные положения данной темы, но допускает единичные ошибки; студент в целом соблюдает требования к представлению результатов выполнения заданий практической работы, но допускает единичные неточности;

* ***2 балла*** *ставится в том случае, если:*

выполнено меньше половины заданий практической работы, некоторые задания выполнены не в полном объеме или допущены единичные ошибки, неточности, обучающийся нарушает некоторые требования к представлению результатов выполнения заданий практической работы;

* ***1 балл*** *ставится в том случае, если:*

выполнено меньше половины заданий практической работы, задания выполнены не в полном объеме или допущены ошибки, неточности, обучающийся нарушает требования к представлению результатов выполнения заданий практической работы;

• ***0 баллов*** *ставится в том случае, если:*

практическая работа не выполнена.

Максимальное количество баллов составляет 15.

**4.3. Критерии оценивания для устного опроса**

Знания, умения и навыки обучающихся при устном опросе определяются формами – «зачтено», «не зачтено».

*«Зачтено»* – обучающийся при ответе демонстрирует знание лекционного материала, базового учебника, дополнительной учебной и научной литературы, логично выстраивает свой ответ, владеет культурой устной речи, уверенно использует профессиональную лексику, приводит разные точки зрения по излагаемому вопросу, аргументировано обосновывает свое личное мнение.

*«Не зачтено»* – обучающийся отвечает неуверенно, в ответе обнаруживаются пробелы в знаниях основного учебного материала, слабо использует профессиональную лексику, затрудняется в приведении примеров, допускает принципиальные ошибки в объяснении.

***Шкала перевода баллов в оценки***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Оценка | Минимальное  количество баллов | Максимальное  количество баллов |
| Зачтено | 23 | 45 |
| Не зачтено | 0 | 22 |

**4.4 Тематика устных сообщений с электронной презентацией**

* Реклама информационных продуктов и услуг организации.
* Рекламная деятельность как направление работы организации.
* Особенности форм рекламной продукции в информационных службах.
* Реклама высшего учебного заведения, как способ привлечения абитуриентов
* Современное состояние рекламы в России
* Нестандартные формы рекламы
* Текст как средство воздействия в рекламе
* Характерные черты рекламного рынка в России и за рубежом
* Вариант, предложенный студентом по согласованию с преподавателем.

***Критерии оценивания выступления с*** ***электронной презентацией:*** знания, умения и навыки обучающихся определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Требования | Баллы | | | |
| 0 – неудовлетворительно | 1 – удовлетворительно | 2 –  хорошо | 3 –  отлично |
| ***Требования к устному выступлению*** | | | | |
| * соответствует цели выступления, тема раскрыта полно |  |  |  |  |
| * текс структурирован: введение, основная часть, заключение |  |  |  |  |
| * свободное владение содержанием, ясное изложение |  |  |  |  |
| * использование дополнительных источников, кроме рекомендованных |  |  |  |  |
| * выступающий свободно и корректно отвечает на вопросы аудитории |  |  |  |  |
| * выступающий поддерживает контакт с аудиторией |  |  |  |  |
| * соблюдение регламента (10 минут) |  |  |  |  |
| ***Требования к электронной презентации*** | | | | |
| * презентация служит иллюстрацией к выступлению, но не заменяет его |  |  |  |  |
| * содержание презентации: отражает структуру сообщения; содержит ценную, полную, понятную информацию; ошибки и опечатки отсутствуют |  |  |  |  |
| * структура презентации: наличие титульного слайда,   оформлены ссылки на использованные источники |  |  |  |  |
| * текст на слайде:   представляет собой опорный конспект (ключевые слова, маркированный или нумерованный список), без полных предложений;  важная информация выделена цветом, размером, эффектами анимации и т. д. |  |  |  |  |
| * иллюстрации: раскрывают тему, не отвлекают от содержания; хорошего качества, с четким изображением |  |  |  |  |
| * дизайн и настройка:   оформление слайдов соответствует теме, не препятствует восприятию содержания; единый шаблон оформления; текст легко читается; презентация не перегружена мультимедийными эффектами |  |  |  |  |
| **Общее количество баллов** |  |  |  |  |

***Шкала оценивания:*** знания, умения и навыки обучающихся в результате выступления с электронной презентацией оцениваются формами – «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

***Шкала перевода баллов в оценки***

Максимальное количество баллов 30:

* 30-26 – «отлично»
* 25-20 – «хорошо»
* 19-15 – «удовлетворительно»
* 14 и ниже – «неудовлетворительно»

**5. Оценочные средства для промежуточной аттестации по дисциплине**

**5.1. Вопросы к зачету**

Обязательным условием получения зачета является выполнение всех практических заданий по курсу и прохождение тестовых заданий. Среднее арифметическое значение всех полученных оценок в ходе текущей аттестации может служить основанием для зачета.

В тестовом задании представлены вопросы, которые имеют закрытый и открытый характер.

|  |  |
| --- | --- |
| **вопрос** | **ответ** |
| 1. Реклама, направленная на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, а также обеспечение интересов государства называется  а) коммерческая реклама  б) социальная реклама  в) политическая реклама | б) социальная реклама |
| 2. Общая цель рекламы (независимо от ее вида) заключается в \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_. | привлечение внимания к объекту рекламы |
| 3. Лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму, называется  а) рекламодатель  б) рекламопроизводитель  в) рекламораспространитель  г) потребитель рекламы | б) рекламопроизводитель |
| 4. Зарождение рекламы в России относят к  а) VIII – IX вв.  б) X – XI вв.  в) XVI – XVII вв. | б) X – XI вв. |
| 5. Основной документ, регламентирующий рекламную деятельность  а) Конституция РФ  б) ФЗ «О рекламе»  в) Международный кодекс рекламной практики  г) ГОСТ Р 52044-2003 «Наружная реклама….» | б) ФЗ «О рекламе» |
| 6. Распределить выделяемые виды рекламы   |  |  | | --- | --- | | I. В зависимости от задач рекламы\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | а) информативная реклама  б) реклама в СМИ  в) печатная реклама  г) напоминающая реклама  д) наружная реклама  е) увещевательная реклама  ж) транзитная реклама  з) сувенирная реклама | | II. В зависимости от используемых средств распространения\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | | I. а, г, е; II. б, в, д, ж, з |
| 7. Рассылка рекламы или иных видов сообщений лицам, не выражавшим желания их получать, называется \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_. | спам |
| 8. Использование единых принципов оформления, цветовых сочетаний и образов для всех форм рекламы, деловых бумаг, документации, упаковки, офиса, одежды сотрудников называется \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_. | фирменный стиль |
| 9. Оригинальная фраза, отражающая основную идею рекламного сообщения  а) эхо-фраза  б) слоган  в) кода | б) слоган |
| 10. Мотив \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, основывающийся на желании разбогатеть, получить выгоду, сэкономить, относится к группе \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ мотивов. | прибыли, экономических. |

***Шкала оценивания***:

Тестирование обучающихся проводится после изучения дисциплины в соответствии с настоящей программой и является обязательным для всех студентов. Тесты включены в учебно-методический комплекс дисциплины, размещенный в «Электронной образовательной среде КемГИК».

Тесты включают 10 тестовых заданий. Результаты тестирования оцениваются в баллах в соответствии со следующими критериями:

* 100-90% (10-8 правильных ответов) - «отлично»;
* 89-75% (7-5 правильных ответов) - «хорошо»;
* 74-60% (4-3 правильных ответов) - «удовлетворительно»;
* ниже 60% (2 и менее правильных ответов) - «неудовлетворительно».

**5.2 Методика и критерии оценки результатов обучения по дисциплине**

Зачет по дисциплине принимается в форме собеседования (по вопросам), в ходе которого определяется уровень усвоения обучающимися материала, предусмотренного рабочей программой дисциплины.

**Общие правила оценки успеваемости обучающегося в течение семестра**

|  |  |
| --- | --- |
| *Виды работ* | *Количество баллов* |
| Устный опрос | Максимум 15 × 3 = 45 баллов |
| Выполнение практических работ | Максимум 5 × 3= 15 баллов |
| Выполнение творческого задания | Максимум 30 × 1 = 30 баллов |
| Тестирование | Максимум 10 баллов |
| *Итого за семестр:* | Максимум – 100 баллов |

# Критерии оценивания

Знания, умения и навыки обучающихся при промежуточной аттестации **в форме зачета** определяются «зачтено», «не зачтено».

«Зачтено» **выставляется, если обучающийся достиг уровней формирования компетенций: продвинутый, повышенный, пороговый -** обучающийся знает курс на уровне лекционного материала, базового учебника, дополнительной учебной, научной и методологической литературы, умеет привести разные точки зрения по излагаемому вопросу.

**«Не зачтено»** соответствует **нулевому уровню формирования компетенций;** обучающийся имеет пробелы в знаниях основного учебного материала, допускает принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий.

При использовании 100-балльной шкалы оценивания при промежуточной аттестации, знания, умения и навыки обучающихся определяются в данной шкале и переводятся в оценки «зачтено», «не зачтено».

# Шкала перевода баллов в оценки при промежуточной аттестации в форме зачета

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Уровень формирования**  **компетенции** | **Оценка** | **Минимальное количество баллов** | **Максимальное количество баллов** |
| **Продвинутый, повышенный, пороговый** | Зачтено | 60 | 100 |
| **Нулевой** | Не зачтено | 0 | 59 |