


Министерство сельского хозяйства Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования
«Кузбасская государственная сельскохозяйственная академия»

УТВЕРЖДЕН
на заседании НИЛ политических коммуникаций,
медиатехнологий и связей с общественностью
« 01 » марта 2023 г., протокол №1
Зав. лабораторией  Е.В. Матвеева
(подпись)

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ПРИЛОЖЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
Б2.О.03(П) Профессионально-творческая практика
для студентов по направлению подготовки магистратуры
42.04.01 Реклама и связи с общественностью профиль Медиатеchnологии в
современной коммуникативной индустрии

Разработчик: Матвеева Е.В.

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПОКАЗАТЕЛИ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ НА РАЗЛИЧНЫХ ЭТАПАХ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ, ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ.....	3
1.1 Перечень компетенций.....	3
1.2 Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования.....	5
1.3 Описание шкал оценивания.....	17
1.4 Общая процедура и сроки проведения оценочных мероприятий.....	18
2. ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ.....	19
2.1 Промежуточная аттестация.....	20
3. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ	20

1. ПОКАЗАТЕЛИ И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ НА РАЗЛИЧНЫХ ЭТАПАХ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ, ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ

1.1 Перечень компетенций

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- УК-4: Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия;
- УК-5: Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия;
- УК-6: Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки;
- ОПК-1: Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем;
- ОПК-2: Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах;
- ОПК-3: Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов;
- ОПК-4: Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты;
- ОПК-5: Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования;
- ОПК-6: Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии
- ОПК-7: Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности;
- ПК-1: Способен осуществлять методологическое, социально-политическое и правовое обеспечение комплексного анализа рекламной и PR-деятельности человека (группы людей), и ИКС, представленной в электронной форме (цифровом следе);

- ПК-2: Способен разработать стратегию продвижения веб-сайтов, интерактивных приложений, информационных ресурсов, товаров и услуг в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;
- ПК-3: Способен разработать план и осуществить контроль реализации стратегии продвижения веб-сайтов, интерактивных приложений, информационных ресурсов, товаров и услуг в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;
- ПК-4: Способен разработать макет интернет-издания;
- ПК-5: Способен управлять персоналом по продвижению рекламной и PR-продукции в подразделении интернет-маркетинга.

1.2 Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования

Конечными результатами освоения программы дисциплины являются сформированные когнитивные дескрипторы «знать», «уметь», «владеть» (З1, У1, В1, З2, У2, В2, З3, У3, В3), расписанные по отдельным компетенциям. Формирование этих дескрипторов происходит в течение изучения дисциплины по этапам в рамках различного вида занятий и самостоятельной работы.

Таблица 1 – Соответствие этапов (уровней) освоения компетенции планируемым результатам обучения и критериям их оценивания

УК-4	Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия		
Этап (уровень) освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения		
	Удовлетворительно (Базовый)	Хорошо (Продвинутый)	Отлично (Высокий)
Второй этап (продолжение формирования) <i>Осуществляет академическое и профессиональное взаимодействие, в том числе на иностранном языке, используя современные коммуникативные технологии</i>	В целом успешное, но не систематическое владение навыками академического и профессионального взаимодействия, в том числе на иностранном языке, используя современные коммуникативные технологии.	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы владение навыками академического и профессионального взаимодействия, в том числе на иностранном языке, используя современные коммуникативные технологии.	Ведет деловую коммуникацию в письменной и электронной форме, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в формате корреспонденции на государственном и иностранном (-ых) языках.
Третий этап (завершение формирования) <i>Представляет результаты академической и профессиональной деятельности на различных научных мероприятиях, включая международные, демонстрирует интегративные умения, необходимые для эффективного участия в академических и профессиональных дискуссиях</i>	Составляет основные характеристики академического письма; выявляет стилистические приёмы академического письма в ходе анализа текстов, самостоятельно составляет несложные научные и профессиональные тексты на русском и иностранном языке.	Способен представить результаты исследовательской и проектной деятельности на различных публичных мероприятиях, принять участие в академических и профессиональных дискуссиях на русском и иностранном языке.	Составляет различные виды научных текстов, презентации на основе принципов и правил академического письма на русском и английском языке, владеет навыками публичного выступления, аргументации, ведения дискуссии и полемики.
УК-5	Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия		
Этап (уровень) освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения		
	Удовлетворительно (Базовый)	Хорошо (Продвинутый)	Отлично (Высокий)
Второй этап (продолжение формирования) <i>Выстраивает эффективную коммуникацию с учетом особенностей поведения и</i>	Признает, чувствует различия в национальной культуре и выражает уважение к различиям в способах поведения,	Обеспечивает и поддерживает взаимопонимание между представителями различных культур и имеет навыки общения в мире культурного	Способен подавать и интерпретировать сигналы смены коммуникативных ролей и сигналы завершения общения, сохранять принятую для данной культуры

<p><i>мотивации людей различного социального и культурного происхождения</i></p>	<p>культурных ценностях. Способен адаптироваться к ситуации межкультурного взаимодействия: интерпретировать специфические для данной культуры сигналы готовности собеседника начать коммуникацию или нежелание общаться, определять долю говорения и слушания в зависимости от ситуации и культурных норм среды общения,</p>	<p>многообразия: использовать вербальные и невербальные средства, приемлемые для данной культуры, адекватно выразить свою мысль и понять мысль собеседника; направить беседу в нужное русло, корректировать собственное коммуникативное поведение.</p>	<p>коммуникативную дистанцию, приспособиться к социальному статусу коммуникантов и межкультурным различиям. Находит и использует необходимую для саморазвития и взаимодействия с другими информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп.</p>
<p>Третий этап (завершение формирования)</p> <p><i>Использует инструменты и методы развития команды проектами с учетом норм и принципов межкультурного взаимодействия</i></p>	<p>Способен управлять своими эмоциями и реакциями в условиях неопределенности межкультурного контекста, сохраняет самообладание и продуктивно выстраивает межкультурные деловые и личные отношения с представителями других культур.</p>	<p>Способен успешно выстраивать отношения и конструктивно взаимодействовать с членами команды с учетом их социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач и усиления социальной интеграции.</p>	<p>Способен разрешать межкультурные проблемы в команде проекта, эффективно действовать в поликультурной среде. Видит перспективы включения в команду представителей различных культур.</p>
<p>УК-6</p>	<p>Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки</p>		
<p>Этап (уровень) освоения компетенции</p>	<p>Критерии оценивания результатов обучения</p>		
<p>Первый этап (начало формирования)</p> <p><i>Осуществляет самооценку личностных ресурсов, оптимально их использует для успешного выполнения задач профессионального роста</i></p>	<p>Удовлетворительно (Базовый)</p>	<p>Хорошо (Продвинутый)</p>	<p>Отлично (Высокий)</p>
<p>Второй этап</p>	<p>Способен самостоятельно</p>	<p>Верно расставляет приоритеты в стандартных</p>	<p>Правильно расставляет приоритеты для себя и</p>

(продолжение формирования) <i>Определяет приоритеты профессионального роста и способы совершенствования собственной деятельности на основе самооценки по выбранным критериям</i>	разделить повседневные рабочие задачи по важности и срочности. При этом затрудняется оперативно расставить приоритеты с учетом новых, незапланированных задач, нуждается в помощи руководителя.	рабочих ситуациях, а также правильно определить оптимальный, в сочетании значимость/срочность, порядок действий для наилучшего достижения целей. Оперативно корректирует свои планы с учетом новых задач и поручений.	других. Корректирует собственные приоритеты и планы, учитывая возможные изменения обстоятельств.
Третий этап (завершение формирования) <i>Использует инструменты непрерывного образования для реализации возможности развития профессиональных компетенций и социальных навыков</i>	Владеет навыками сбора и ранжирования необходимой для профессионального роста информации, навыками приобретения новых знаний и навыков.	Имеет практический опыт построения и реализации собственной траектории профессионального саморазвития на основе анализа потребностей профессиональной сферы деятельности.	Предпринимает действия в целях повышения своей компетентности, где и когда это возможно; создает и достраивает индивидуальную траекторию саморазвития при получении основного и дополнительного образования
ОПК-1	Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем		
Этап (уровень) освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения		
	Удовлетворительно (Базовый)	Хорошо (Продвинутый)	Отлично (Высокий)
Первый этап (начало формирования) <i>Владеет технологией создания востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью текстов и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом изменений норм русского, иностранного языков и особенностей иных знаковых систем</i>	Обладает незначительными знаниями в вопросах создания рекламных текстов и иных коммуникационных продуктов с учетом изменений различных знаковых систем.	Обладает устойчивыми знаниями в вопросах создания рекламных текстов и иных коммуникационных продуктов с учетом изменений норм русского, иностранного языков и особенностей иных знаковых систем. Способен применять частично отдельные знания в процессе выстраивания медиакоммуникаций и при работе с медиатекстами.	Способен самостоятельно применять в практической деятельности навыка работы с рекламными текстами и иными коммуникационными продуктами с учетом изменений норм русского, иностранного языков и особенностей иных знаковых систем. Владеет методами и способами выстраивания медиакоммуникаций при работе с медиатекстами.
Второй этап (продолжение формирования) <i>Использует языковые нормы русского языка, иностранный язык для чтения необходимой литературы профессионального общения в объеме, достаточном для чтения, общения с ньюсмейкерами, поиска необходимой информации в Интернете и работы в сети, профессиональной коммуникации</i>	Обладает в целом успешно организационными принципами и параметрами работы с медиатекстами, медиапродуктами и коммуникационные продуктами, опираясь на нормы русского языка, иностранного языка. Владеет общими навыками работы в чтении и работе с	В целом успешное, однако имеются отдельные проблемы в знаниях и навыках выстраивания профессиональной коммуникации как этапе поиска документов и источников, так и при работе с ньюсмейкерами.	Ведет деловую коммуникацию на русском и иностранном языке как при поиске документов и источников информации, так и при работе с ньюсмейкерами. Способен осуществлять критический отбор информации в интернет-ресурсах, а также выстраивать коммуникационные каналы в профессиональных

	информацией.		коммуникациях.
Третий этап (завершение формирования) <i>Владеет навыками структурирования, редактирования и создания контента (текстовый, фото, видео, аудио) бренда, в т. ч. на иностранном языке</i>	Понимает отличия в процедуре работы с контентом. Способен применять основные навыки работы при структурировании, редактировании и создании контента бренда на русском языке.	Обладает устойчивыми способностями работы с источниками и документами, в т. ч. на иностранном языке. Применяет по возможности разные формы структурирования, редактирования и создания контента бренда.	В зависимости от конкретной цели и задач осуществляет подбор необходимых видов документов и форм работы с ними. Видит различия и использует это в своей профессиональной деятельности в выставлении акцентов на создаваемый контент (текстовой, фото, видео, аудио) бренда.
ОПК-2	Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах		
Этап (уровень) освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения		
	Удовлетворительно (Базовый)	Хорошо (Продвинутый)	Отлично (Высокий)
Первый этап (начало формирования) <i>Владеет навыками создания медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов с учетом результатов анализа тенденций и причинно-следственных связей в развитии общественных и государственных институтов</i>	Владеть незначительными навыками создания медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов. Понимать воздействие причинно-следственных связей на развитие общественных и государственных институтов в сфере медиакоммуникаций.	Уметь применять отдельные механизмы причинно-следственных связей в работе общественных и государственных институтов с последующим созданием медиатекстов и медиапродуктов.	Самостоятельно работать с общественными и государственными институтами и уметь создавать медиатексты, медиапродукты и коммуникативные продукты по формированию имиджевых технологий с учетом разных факторов и правильном выставлении акцентов.
Второй этап (продолжение формирования) <i>Применяет знания в определенных сферах жизни общества (экономика, политика, право, культура, социальная сфера и т.п.), которые являются объектом освещения в средствах массовой информации разных типов и умеет использовать их при подготовке создаваемых медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов</i>	Способен различать ключевые тенденции развития общественных и государственных институтов как механизм по созданию текстов или иных коммуникационных продуктов в средствах массовой информации.	Способен проводить анализ и применять отдельные результаты при освещении событий в средствах массовой информации. Владеть технологиями готовить медиатексты и другие медиапродукты.	Самостоятельно использует аналитические навыки для работы с медиатекстами, медиапродуктами и коммуникационными продуктами для последующего объективного освещения данных в средствах массовой информации. Быстро анализирует факторы из разных сфер жизни общества (экономика, политика, право, культура, социальная сфера и т.п.).
Третий этап (завершение формирования) <i>Способен работать со специализированным программным обеспечением для обработки и представления данных</i>	Владеет навыками работы со специализированным и программным обеспечением в своей аналитической деятельности с учетом знаний общественных наук и актуальных вопросов современного	Обладает отдельными практическими навыками работы при работе со специализированным программным обеспечением для обработки и представления данных.	Профессионально подходит к работе со специализированным программным обеспечением при обработке данных и последующем их предоставлении.

	общества.		
ОПК-3	Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов		
Этап (уровень) освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения		
	Удовлетворительно (Базовый)	Хорошо (Продвинутый)	Отлично (Высокий)
Первый этап (начало формирования) <i>Использует навыки применения знаний об основных этапах развития мировой культуры в собственной практике</i>	Знает особенности и страноведческие отличия этапов и тенденций развития отечественного и мирового культурного процесса. Применяет отдельные аспекты достижений отечественной и мировой культуры в собственной практике.	Частично обладает практическими навыками использования теоретических знаний в вопросах отличительных особенностей отечественной и мировой культуры при работе со средствами массовой информации.	В полной мере обладает необходимыми навыками использования особенностей отечественной и мировой культуры при работе со средствами массовой информации
Второй этап (продолжение формирования) <i>Способен создавать медиатексты, медиапродукты и коммуникационные продукты с учетом результатов анализа достижений отечественной и мировой культуры</i>	Понимает и применяет в меру своих знаний многообразие достижений отечественной и мировой культуры. Имеет отдельные навыки анализа отдельных достижений отечественной и мировой культуры при создании медиатекстов и медиапродуктов.	Владеть достаточно полной картиной знаний об отечественной и мировой культуре. Способен создавать медиатексты, медиапродукты и коммуникационные продукты с опорой на имеющиеся знания.	В совершенстве применяет сформированные знания об отечественной и мировой культуре в своей профессиональной деятельности.
Третий этап (завершение формирования) <i>Способен интегрировать коммуникационные стратегии в существующий социокультурный контекст сообщества, организации, территории и т. д.</i>	Владеть основами социокультурного анализа, определения цели и задач коммуникационной кампании, адекватные тому или иному социокультурному контексту сообщества, организации, территории и т. д. Уметь анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры при работе с медиаконтентом.	Способен определять приемлемые для изучения медиатекстов и медиапродуктов коммуникационные стратегии в условиях существующего социокультурного контекста сообществ, организаций, территории и т. д.	Способен самостоятельно определять и проводить анализ коммуникационных стратегий в работе с медиатекстами, медиапродуктами и коммуникационные продукты, учитывать в работе социокультурный контекст сообщества, организации, территории и т. д.
ОПК-4	Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты		
Этап (уровень) освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения		
	Удовлетворительно (Базовый)	Хорошо (Продвинутый)	Отлично (Высокий)
Первый этап	Знает средства по	Способен планировать	Самостоятельно

<p>(начало формирования)</p> <p><i>Способен выстраивать и реализовывать личную профессиональную стратегию развития с учетом общественных интересов, соблюдая этику деловых отношений с партнерами, клиентами, коллегами, целевыми аудиториями</i></p>	<p>определению ценностей, потребностей, интересов и ожиданий целевых аудиторий при создании медиатекстов, медиа и коммуникационных продуктов.</p>	<p>личную профессиональную стратегию развития с опорой на отдельные общественные интересы, соблюдая этику деловых отношений с партнерами, клиентами, коллегами, целевыми аудиториями.</p>	<p>выстраивает и реализует личную профессиональную стратегию развития с учетом общественных интересов, соблюдая этику деловых отношений с партнерами, клиентами, коллегами, целевыми аудиториями. Ставит самостоятельно приоритеты в решении возникающих проблем.</p>
<p>Второй этап</p> <p>(продолжение формирования)</p> <p><i>Использует различные программные средства и работы с базами данными и применяет интернет-ресурсы с учетом особенностей аудитории</i></p>	<p>Владеет основными методиками социологических и маркетинговых исследований в работе с интернет-ресурсами. Старается брать во внимание особенности целевой аудитории медиаконтента.</p>	<p>Владеет основными методологией, методиками и техниками социологических и маркетинговых исследований в работе с интернет-ресурсами. Старается учитывать особенности целевой аудитории медиаконтента.</p>	<p>Владеет на высоком уровне различными программными средствами и работы с базами данными. Определяет целесообразность возможного использования интернет-ресурсов с учетом особенностей аудитории.</p>
<p>Третий этап</p> <p>(завершение формирования)</p> <p><i>Создает медиатексты, медиапродукты и коммуникационные продукты с учетом выявленных потребностей общества и интересов целевой аудитории</i></p>	<p>Знает способы оформления, обработки и интерпретации данных социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп. Умеет выявлять общие потребности общества и целевых групп.</p>	<p>Понимает отличия между медиатекстами, медиапродуктами и коммуникационными продуктами. Владеть на достаточно высоком уровне технологиями выявления потребностей общества и интересов целевой аудитории.</p>	<p>Способен самостоятельно, используя навыки критического мышления, определять потребности общества и интересы целевой аудитории. Обладает критическим мышлением при прогнозировании и удовлетворении спроса потребителей на конкретные медиатексты и медиапродукты.</p>
<p>ОПК-5</p>	<p>Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования</p>		
<p>Этап (уровень) освоения компетенции</p>	<p>Критерии оценивания результатов обучения</p>		
<p>Первый этап</p> <p>(начало формирования)</p> <p><i>Обладает первичными знаниями в определенных сферах жизни общества (экономика, политика, право, культура, социальная сфера и т.п.), которые являются объектом освещения в СМИ разных типов и с которыми связано тематическое содержание журналистских публикаций, использует их при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью</i></p>	<p>Знает ключевые особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм. Понимает отличия в регулировании медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях. Способен применять знания и опыт при поддержке других лиц.</p>	<p>Способен выявить и описать коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью, опираясь на первичные знания в определенных сферах жизни общества. Способен самостоятельно в несложных ситуациях разработать и согласовать с заинтересованными сторонами коммуникационный продукт в виде журналистских публикаций.</p>	<p>Способен самостоятельно разработать коммуникационные продукты в виде журналистских публикаций с учетом условий функционирования конкретной медиакоммуникационной системы, правовых и этических норм регулирования.</p>

<p>Второй этап (продолжение формирования)</p> <p><i>Создает медиатексты, медиапродукты и коммуникационные продукты с учетом условий функционирования конкретной медиакоммуникационной системы, правовых и этических норм регулирования</i></p>	<p>Применяет общие знания о способах создания медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов. Проводит незначительные различия между правовыми и этическими нормами регулирования медиакоммуникаций.</p>	<p>Способен выполнять основные действия по созданию и работе с медиатекстами, медиапродуктами и коммуникационными продуктами в профессиональной деятельности. Способен проводить различия между правовыми и этическими нормами регулирования медиакоммуникаций.</p>	<p>Способен самостоятельно создавать медиатексты, медиапродукты и коммуникационные продукты в профессиональной деятельности. Способен проводить комплексный анализ актуальных тенденций развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира.</p>
<p>Третий этап (завершение формирования)</p> <p><i>Использует технологии организации публичных мероприятия онлайн и офлайн разного масштаба для стейкхолдеров от власти, бизнеса, общественных структур</i></p>	<p>Способен применять полученные знания в планировании публичных медиа мероприятий онлайн и офлайн разного масштаба. Составляет отчетность по итогам проведенных мероприятий.</p>	<p>Способен разработать и предложить в качестве проекта технологии организации публичных мероприятий онлайн и офлайн разного масштаба для стейкхолдеров от власти, бизнеса, общественных структур.</p>	<p>Способен не только спроектировать, но определить возможные риски при проведении публичных мероприятия онлайн и офлайн разного масштаба для стейкхолдеров от власти, бизнеса, общественных структур. Способен оценить возможные сценарии проведения мероприятий с учетом рисков и с акцентов на определенную целевую аудиторию.</p>
ОПК-6	Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии		
Этап (уровень) освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения		
	Удовлетворительно (Базовый)	Хорошо (Продвинутый)	Отлично (Высокий)
<p>Первый этап (начало формирования)</p> <p><i>Создает медиатексты, медиапродукты и коммуникационные продукты при помощи современных цифровых инструментов, технических средств и программного обеспечения</i></p>	<p>Обладает незначительными знаниями о современных цифровых инструментах, технических средствах и программном обеспечении.</p>	<p>Обладает устойчивыми знаниями в вопросах современных цифровых инструментах, технических средствах и программном обеспечении. Способен применять отдельные цифровые инструменты и технические средства для процесса медиапроизводства.</p>	<p>Способен использовать в практической деятельности современные цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение при создании медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов.</p>
<p>Второй этап (продолжение формирования)</p> <p><i>Применяет методы агрегации, переупаковки и ретрансляции информации, полученной из Интернета, от информационных агентств, аудитории, органов управления, неправительственных организаций, служб изучения общественного мнения, пиар-агентств</i></p>	<p>В целом успешное, но не систематическое владение методами агрегации, переупаковки и ретрансляции в работе с информацией в разных интернет-ресурсах и целевыми аудиториями.</p>	<p>В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы владение методами агрегации, переупаковки и ретрансляции в работе с информацией в разных интернет-ресурсах и целевыми аудиториями.</p>	<p>Способен применять методы агрегации, переупаковки и ретрансляции в работе с информацией в разных интернет-ресурсах и целевыми аудиториями. Обладает аналитическим мышлением в работе информационными данными.</p>
<p>Третий этап (завершение формирования)</p>	<p>Знает основы современного цифрового оборудования и</p>	<p>Владеет отдельными методиками отбора и внедрения современных технических средств и</p>	<p>Владеет методиками коммуникационных технологий в работе с цифровым оборудованием</p>

<i>Использует современное цифровое оборудование в коммуникационной деятельности</i>	применения интернет-технологий коммуникационной деятельности.	информационно-коммуникационных технологий в процесс медиапроизводства.	и большими объемами информации. Готов отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии.
ОПК-7	Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности		
Этап (уровень) освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения		
	Удовлетворительно (Базовый)	Хорошо (Продвинутый)	Отлично (Высокий)
Первый этап (начало формирования) <i>Осуществляет прогнозирование возможных эффектов и оценивания медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов на соответствие принципам социальной ответственности</i>	Знает основные методы прогнозирования возможных эффектов и оценивания медиа и коммуникационных продуктов. Применяет навыки работы с медиаконтентом на основе принципов социальной ответственности.	Способен применять на практике отдельные технологии прогнозирования возможных эффектов и оценивания медиа и коммуникационных продуктов. Имеются знания и навыки работы с медиаконтентом как с управленческим проектом.	Способен применять на практике технологии прогнозирования возможных эффектов и оценивания медиа и коммуникационных продуктов. Имеется практический опыт работы с медиаконтентом как с управленческим проектом.
Второй этап (продолжение формирования) <i>Способен эффективно осуществлять профессиональную деятельность, основываясь на принципах социальной ответственности</i>	Понимает закономерности формирования эффектов в медиасфере с учетом концепции социальной ответственности. Знает принципы построения социальной ответственности и воздействия ее на профессиональную деятельность.	Способен правильно ставить приоритеты в своей профессиональной деятельности, основываясь на принципах социальной ответственности.	Способен правильно расставлять приоритеты, выстраивать шкалу ценностей с учетом принципов социальной ответственности и интегрировать все это в профессиональную деятельность. Осознает значимость моральных принципов в деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью.
Третий этап (завершение формирования) <i>Управляет техниками взаимодействия с аудиторией (в т. ч. техникой публичного выступления), отслеживает обратную связь в процессе коммуникации</i>	Знает техники взаимодействия с аудиторией. Понимает отличия в работе с разными аудиториями с применением разных видов медиакоммуникаций.	Имеет практические навыки выстраивания взаимодействия с разными аудиториями. Обладает сформированными навыками публичных выступлений и навыками выстраивания обратной связи с аудиторией.	Сформированы практические умения работы с разными видами аудиторий, в т. ч. техники публичных выступлений. Использует обратную связь в работе с аудиториями как важную составляющую процесса коммуникации.
ПК-1	Способен осуществлять методологическое, социально-политическое и правовое обеспечение комплексного анализа рекламной и PR-деятельности человека (группы людей), и ИКС, представленной в электронной форме (цифровом следе)		
Этап (уровень) освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения		
	Удовлетворительно (Базовый)	Хорошо (Продвинутый)	Отлично (Высокий)
Первый этап (начало формирования)	Знает индикаторы эффективной коммуникации, типы онлайн и офлайн	Способен структурировать данные, создавать базы данных цифрового следа и управлять ими,	Способен на практике применять стандартные алгоритмы и методы анализа данных

<p><i>Владеет стандартными алгоритмами и методами анализа данных цифрового следа человека (групп людей) и ИКС для решения прикладных задач в сфере рекламы, маркетинговых коммуникаций и PR</i></p>	<p>данных, технологии работы с базами данных для сбора и обработки данных цифрового следа человека (групп людей). Применяет в своей профессиональной деятельности методы визуализации данных, методы исследования результатов внедрения технологий анализа данных человека (групп людей) и ИКС</p>	<p>разрабатывать алгоритмы деятельности для сравнительного анализа данных цифрового следа, визуализировать и интерпретировать результаты анализа, выбирать и применять методы исследования результатов внедрения технологий анализа данных человека (групп людей) и ИК</p>	<p>цифрового следа человека (групп людей), и ИКС для решения прикладных задач в сфере рекламы, маркетинговых коммуникаций и PR-деятельности</p>
<p>Второй этап (продолжение формирования)</p> <p><i>Применяет навыки разработки и поддержания функционирования систем оценки данных на соответствие их установленным требованиям, в том числе валидности и достоверности, разработки локальных нормативных актов и систем нормирования в вопросах работы с данными</i></p>	<p>Знает законодательство о защите персональных данных и интеллектуальной собственности, методы и средства защиты информации, порядок оформления локальных нормативных актов</p>	<p>Обладает навыками проведения сопоставительного анализа данных на предмет соответствия установленным стандартам и оценку результатов внедрения технологий анализа данных человека (групп людей), и ИКС, разрабатывать нормативные документы, управлять проектами, основанными на анализе данных</p>	<p>Владеет навыками разработки и поддержания функционирования систем оценки данных на соответствие их установленным требованиям, в том числе валидности и достоверности, разработки локальных нормативных актов и систем нормирования в вопросах работы с данными</p>
<p>Третий этап (завершение формирования)</p> <p><i>Осуществляет разработку, апробацию и валидацию компетентностной модели деятельности человека (групп людей) и ИКС на основе семантического анализа текстов</i></p>	<p>Знает основы исследовательской деятельности, управления проектами на основе данных, в том числе методического сопровождения информационных проектов. Ориентироваться в исторических основах информационной политики и развития публичных коммуникаций.</p>	<p>Владеть на высоком уровне способностью работы с методами семантического анализа, обладать навыками работы с тезаурусами и справочниками, построения схем, описывающих деятельность человека (групп людей) и ИКС, создания карт пользовательского опыта и пользовательского пути</p>	<p>Владеть навыками работы с семантическим анализом текстов путем разработки, апробации и валидации компетентностной модели деятельности человека (групп людей) и ИКС</p>
<p>ПК-2</p>	<p>Способен разработать стратегию продвижения веб-сайтов, интерактивных приложений, информационных ресурсов, товаров и услуг в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p>		
<p>Этап (уровень) освоения компетенции</p>	<p>Критерии оценивания результатов обучения</p>		
<p>Первый этап (начало формирования)</p> <p><i>Применяет навыки проведения переговоров с целью выявления объекта продвижения и ожидаемых от продвижения результатов, обобщения</i></p>	<p>Удовлетворительно (Базовый)</p> <p>Знает особенности коммуникаций в условиях цифровой экономики, место и роль коммуникаций в решении управленческих задач, понятие и</p>	<p>Хорошо (Продвинутый)</p> <p>Способен анализировать получаемую от заказчика информацию и выявлять его ожидания и требования. Обладает на высоком уровне навыками давать обоснование и объективную оценку множества</p>	<p>Отлично (Высокий)</p> <p>Владеть на высоком уровне навыками проведения переговоров, обобщения результатов применения аналитических моделей разработки стратегии для получения всестороннего и целостного понимания</p>

<p><i>результатов применения аналитических моделей разработки стратегии для получения всестороннего и целостного понимания положения организации и стоящих перед ней стратегических вызовов, согласования договора на реализацию и стратегии продвижения</i></p>	<p>стратегий, основы корпоративной культуры, методы проведения деловых переговоров, основы эффективной устной и письменной коммуникации. Понимает роль предпроектной аналитики и конкурентного анализа для продвижения продукта и/или услуги</p>	<p>альтернативных вариантов продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p>	<p>положения организации и стоящих перед ней стратегических вызовов</p>
<p>Второй этап (продолжение формирования)</p> <p><i>Способен соотносить бизнес-задачи организации и коммуникационные цели кампании, планируемой и реализуемой в интересах этой организации, обоснованного выбора системы показателей как результата реализации стратегии, продвижения и разработки этапов реализации стратегии продвижения в соответствии с установленными показателями, учитывая характер позиций различных стейкхолдеров и оценивая последствия стратегического выбора</i></p>	<p>Понимает основные показатели для оценки эффективности PR-стратегии и каждого из ее элемента. Способен применять в профессиональной деятельности инструменты и различать условия, влияющие на стратегическое планирование</p>	<p>Владеть способностью анализа рынка оказания услуг, проведения идентификации ключевых стейкхолдеров, анализа целевых аудиторий и пр. для применения действенных инструментов управления репутацией и общественным мнением</p>	<p>Показывать высокий уровень в процедуре проведения переговоров с целью выявления объекта продвижения и ожидаемых от продвижения результатов. Способен применять аналитические модели разработки стратегии для получения всестороннего и целостного понимания положения организации и стоящих перед ней стратегических вызовов</p>
<p>Третий этап (завершение формирования)</p> <p><i>Владеет навыками позиционирования бренда, формирования ключевого сообщения, уникального торгового предложения, разработки PR-стратегии и интегрированной коммуникационной тактики</i></p>	<p>Различать между собой понятия имиджа и репутации. Понимать структуру коммуникационной кампании как проекта с учетом выделения в ней современных инструментов и каналов коммуникации</p>	<p>Владеть навыками формирования бренда, определения инструментов и каналов коммуникации в сети Интернет, разработки коммуникационной стратегии</p>	<p>Владеть практическими навыками и инструментами позиционирования бренда, разработки PR-стратегии и интегрированной коммуникационной тактики</p>
<p>ПК-3</p>	<p>Способен разработать план и осуществить контроль реализации стратегии продвижения веб-сайтов, интерактивных приложений, информационных ресурсов, товаров и услуг в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p>		
<p>Этап (уровень) освоения компетенции</p>	<p>Критерии оценивания результатов обучения</p>		
	<p>Удовлетворительно (Базовый)</p>	<p>Хорошо (Продвинутый)</p>	<p>Отлично (Высокий)</p>
<p>Первый этап (начало формирования)</p> <p><i>Владеет навыками составления обоснованного бюджета продвижения проекта в информационно-</i></p>	<p>Знает основные методы проектного планирования, методы определения бюджета продвижения интернет-кампании, методики оценки</p>	<p>Владеть способностью бюджетирования реализуемой стратегии, рассчитывает экономический эффект от реализации стратегии продвижения с учетом финансовых возможностей</p>	<p>Демонстрирует навыки составления обоснованного бюджета продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» согласно разработанной стратегии с</p>

<p><i>телекоммуникационной сети «Интернет» согласно разработанной стратегии с учетом финансовых возможностей заказчика и экономического эффекта</i></p>	<p>эффективности медиаплана. Понимает разницу между бизнес- и коммуникационными индикаторами</p>	<p>заказчика</p>	<p>учетом финансовых возможностей заказчика и экономического эффекта</p>
<p>Второй этап (продолжение формирования)</p> <p><i>Применяет процедуру выявления расхождений между планируемыми и достигнутыми значениями показателей эффективности продвижения и их определения причин выявленных несоответствий</i></p>	<p>Применяет методы и технологии делового администрирования, понимает принципы, приемы и методы проведения анализа эффективности маркетинговой активности в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (веб-аналитика)</p>	<p>Демонстрирует навыки взаимодействия с представителями заказчика по запуску, согласованию и реализации работ в рамках стратегии продвижения проекта. Владеет навыками планирования работ и распределения задач между исполнителями по реализации стратегии продвижения</p>	<p>Владеет на высоком уровне процедурой выявления расхождений между планируемыми и достигнутыми значениями показателей эффективности продвижения и их определения причин выявленных несоответствий</p>
<p>Третий этап (завершение формирования)</p> <p><i>Применяет опыт информирования клиента о ходе проекта и результатов проекта, в том числе составления отчетов, разработки корректировок в стратегию продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» совместно с заказчиком</i></p>	<p>Показывает хорошие знания основ деловой этики и этических норм профессии. Знает основы составления презентаций, принципы и методы подготовки аналитических отчетов, методы обработки текстовой и графической информации</p>	<p>Способен осуществлять подготовку промежуточных и итоговых отчетов с использованием программ и средств представления и визуализации данных, представлять и согласовывать их с заказчиком</p>	<p>Обладает практическим опытом и навыками работы по составлению отчетов, разработке корректировок в стратегию продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» совместно с заказчиком</p>
ПК-4	Способен разработать макет интернет-издания		
Этап (уровень) освоения компетенции	Критерии оценивания результатов обучения		
	Удовлетворительно (Базовый)	Хорошо (Продвинутый)	Отлично (Высокий)
<p>Первый этап (начало формирования)</p> <p><i>Способен разработать модель сайта и общую концепцию художественного оформления исходя из целевого назначения и читательского адреса</i></p>	<p>Знает основы работы с макетом интернет-издания, применяет принципы дизайна интернет-СМИ и языки гипертекстовой разметки в профессиональной деятельности</p>	<p>Способен выбирать дизайнерское решение, которое будет наиболее подходящим для целевого рынка, принимая во внимание влияние каждого элемента</p>	<p>Владеет самостоятельными навыками разработки модели сайта интернет-издания и общей концепции художественного оформления исходя из целевого назначения и читательского адреса</p>
<p>Второй этап (продолжение формирования)</p> <p><i>Владеет навыками разработка и утверждение макетов страниц сайта, определение структуры, пользовательского интерфейса, удобной навигации, создания адаптивных веб-страниц</i></p>	<p>Знает технологии редакционно-издательского процесса, структуру и общепринятые элементы веб-страниц различных видов и назначений, сетевые протоколы и основы web-технологий. Работает с профессиональными компьютерными программами верстки.</p>	<p>Способен создавать html-страницы сайта на основе предоставленных графических макетов их дизайна; корректно использовать CSS для обеспечения единого дизайна в разных браузерах, создавать адаптивные веб-страницы</p>	<p>Демонстрирует навыки разработка и утверждение макетов страниц сайта, определение структуры, пользовательского интерфейса, удобной навигации, создания адаптивных веб-страниц</p>

<p>Третий этап (завершение формирования)</p> <p><i>Способен формулировать задания по предоставлению материалов для штатных фотокорреспондентов или художников, отбора иллюстративного материала для публикаций</i></p>	<p>Знает и умеет использовать компьютерные программы для работы с растровой и векторной графикой</p>	<p>Способен самостоятельно создавать и оптимизировать графику для сети Интернет</p>	<p>Владеет на высоком профессиональном уровне способностью формулирования задания по предоставлению материалов для штатных фотокорреспондентов или художников, навыками отбора иллюстративного материала для публикаций</p>
<p>ПК-5</p>	<p>Способен управлять персоналом по продвижению рекламной и PR-продукции в подразделении интернет-маркетинга</p>		
<p>Этап (уровень) освоения компетенции</p>	<p>Критерии оценивания результатов обучения</p>		
<p>Первый этап (начало формирования)</p> <p><i>Владеть методами анализа конъюнктуры рынка рабочей силы, навыками составления компетентного профиля сотрудников подразделения интернет-маркетинга</i></p>	<p>Удовлетворительно (Базовый)</p> <p>Знать состояние и тенденции на рынке труда, эффективные инструменты поиска и подбора персонала, законодательные аспекты приема на работу, способы адаптации персонала, основы планирования персонала компании. Понимать смысл и специфику корпоративной культуры компании</p>	<p>Хорошо (Продвинутый)</p> <p>Способен анализировать и систематизировать основную информацию о рынке труда, применять методики подбора и оценки персонала</p>	<p>Отлично (Высокий)</p> <p>Владеть на высоком уровне методами анализа конъюнктуры рынка рабочей силы, навыками составления компетентного профиля сотрудников подразделения интернет-маркетинга и способностью составления карты компетенций сотрудника</p>
<p>Второй этап (продолжение формирования)</p> <p><i>Способен формулировать задания сотрудникам подразделения интернет-маркетинга, составления плана-графика выполнения работ по созданию, размещению в сетевых изданиях и продвижению медиаконтента и контролю соблюдения сроков и качества выполнения заданий</i></p>	<p>Учитывать порядок разработки планов издания СМИ, графиков редакционных и производственных процессов в издательской деятельности. Применять технологии организации коллективной (командной) работы</p>	<p>Обладать навыками составления планов и графиков работ с учетом временных затрат на все производственные процессы, уметь контролировать сроки и качество выполненной работы и применять в случае необходимости корректирующие действия</p>	<p>Способен самостоятельно формулировать задания сотрудникам подразделения интернет-маркетинга, составлять план-график выполнения работ по созданию, размещению в сетевых изданиях и продвижению медиаконтента, а также контролю соблюдения сроков и качества выполнения заданий</p>
<p>Третий этап (завершение формирования)</p> <p><i>Владеть навыками разработки и внедрения системы качественных показателей, характеризующих деятельность специалистов по интернет-маркетингу, а также способы их материального и нематериального стимулирования, разработки организационно-правовой документации, регламентирующей их деятельность, обоснованное предложение по применению к сотрудникам поощрений и</i></p>	<p>Знает основы организации труда и управления, основные нормы трудового законодательства Российской Федерации, правила охраны труда, производственной санитарии и пожарной безопасности</p>	<p>Владеть способностью проведения анализа информации о продвижении проекта заказчика в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». Способен при необходимости внедрять материальные и нематериальные системы стимулирования сотрудников</p>	<p>Владеет практическими навыками разработки и внедрения системы качественных показателей, применяет способы материального и нематериального стимулирования. Способен самостоятельно разработать организационно-правовую документацию, регламентирующую деятельность сотрудников</p>

Этапы формирования компетенций реализуются в ходе освоения дисциплины, что отражается в тематическом плане дисциплины.

1.3 Описание шкал оценивания

Критерии оценивания тестовых работ

Оценка за контроль ключевых компетенций учащихся производится по пятибалльной системе. При выполнении заданий ставится отметка: «3» - за 50-70% правильно выполненных заданий, «4» - за 70-85% правильно выполненных заданий, «5» - за правильное выполнение более 85% заданий.

Оценка	Знания, умения, владения и другие компетенции, которые должен продемонстрировать студент
Отлично (5)	Письменная работа соответствует всем требованиям, предъявляемым к рефератам. Тема письменной работы полностью раскрыта, четко выражена авторская позиция, имеются логичные и обоснованные выводы, работа оформлена на высоком уровне. В работе использованы практические кейсы по выбранной теме, содержится анализ российского и зарубежного опыта, проведен обзор научной литературы. Автор свободно ориентируется в материале, оперирует научной терминологией по рассматриваемой проблеме, может аргументировано отстаивать свою точку зрения и ответить на возникающие вопросы.
Хорошо (4)	Тема письменной работы в целом раскрыта, прослеживается авторская позиция, сформулированы необходимые выводы; использованы соответствующая основная и дополнительная литература, а также нормативные правовые акты и другие источники. Автор уверенно ориентируется в материале. Имеются замечания /неточности в части изложения и отдельные недостатки по оформлению работы.
Удовлетворительно (3)	Тема письменной работы раскрыта недостаточно полно, использовались только основные источники; имеются ссылки на литературные источники и нормативные правовые акты, однако не выражена авторская позиция; выводы не обоснованы; материал изложен непоследовательно, без соответствующей аргументации и необходимого анализа. Имеются недостатки в оформлении.
Неудовлетворительно (2)	Тема письменной работы не раскрыта; материал изложен без собственной оценки и выводов; отсутствуют ссылки на литературные источники и другие источники. Имеются недостатки в оформлении работы. Автор плохо ориентируется в представленном материале. Содержание работы заимствовано из какого-либо источника.

1.4 Общая процедура и сроки проведения оценочных мероприятий

Оценивание результатов обучения студентов по дисциплине осуществляется по регламентам текущего контроля и промежуточной аттестации.

Текущий контроль в семестре проводится с целью обеспечения своевременной обратной связи, для коррекции обучения, активизации самостоятельной работы студентов. Объектом текущего контроля являются конкретизированные результаты обучения (учебные достижения) по дисциплине.

Свой фактический рейтинг студент может отслеживать в системе электронного обучения Кузбасская ГСХА (журнал оценок) <http://moodle.ksai.ru>. При возникновении спорной ситуации, оценка округляется в пользу студента (округление до десятых).

Промежуточная аттестация предназначена для объективного подтверждения и оценивания достигнутых результатов обучения после завершения изучения дисциплины (или её части). Форма промежуточной аттестации по дисциплине определяется рабочим учебным планом.

Организация и проведение промежуточной аттестации регламентируется внутренними локальными актами.

Классическая форма сдачи экзамена (собеседование)

Экзамен проводится в учебных аудиториях академии. Студент случайным образом выбирает билет. Для подготовки к ответу студенту отводится 30 минут. Экзаменатор может задавать студентам дополнительные вопросы сверх билета по программе дисциплины.

Во время подготовки, использование конспектов лекций, методической литературы, мобильных устройств связи и других источников информации запрещено. Студент, уличенный в списывании, удаляется из аудитории и в зачетно-экзаменационную ведомость ставится «неудовлетворительно». В случае добровольного отказа отвечать на вопросы билета, преподаватель ставит в ведомости оценку «неудовлетворительно».

Студенты имеют право делать черновые записи только на черновиках, выданных преподавателем.

Экзаменационное тестирование

Экзаменационное тестирование проводится в день экзамена в формате компьютерного тестирования в системе электронного обучения <http://moodle.ksai.ru>.

Для проведения тестирования выделяется аудитория, оснащенная компьютерами с доступом в сеть интернет. В ходе выполнения теста использование конспектов лекций, методической литературы, мобильных устройств связи и других источников информации запрещено. Результаты студента, нарушившего правила проведения экзаменационного тестирования, аннулируются. Студенты имеют право делать черновые записи только на черновиках, выданных преподавателем, при проверке черновые записи не рассматриваются.

Проверка теста выполняется автоматически, результат сообщается студенту сразу после окончания тестирования.

Итоговый тест состоит из 30 вопросов, скомпонованных случайным образом. Время тестирования 40 минут.

Студенты, не прошедшие промежуточную аттестацию по графику сессии, должны ликвидировать задолженность в установленном порядке.

2. ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ

2.1 Промежуточная аттестация

Вопросы к зачету:

1. Принципы интерпретации исследуемого объекта в рамках выбранной авторской концепции и профессионально-творческих подходов.
2. Системная характеристика изучаемого объекта рекламы или ПР
3. Связь изучаемого объекта со смежными объектами, особенности его развития, функционирования.
4. Актуальные вопросы, обсуждаемые в научной литературе по теме, избранной для рекламного или ПР-проекта.
5. Дискуссионные аспекты вопросов, рассматриваемых в области авторской творческой платформы.
6. Демонстрация навыков самостоятельного анализа, интерпретации и описания изучаемого объекта в аспектах, определенных задачами рекламы и пиар, в соответствии с современным уровнем развития науки.
7. Обоснование актуальности авторского творческого проекта.
8. Обоснование теоретической значимости авторского творческого проекта.
9. Обоснование практической значимости авторского творческого проекта.
10. Обоснование новизны авторского творческого проекта.

3. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ

Оценка знаний по дисциплине проводится с целью определения уровня освоения предмета, включает:

- практические работы.

Оценка качества подготовки на основании выполненных заданий ведется преподавателям (с обсуждением результатов), баллы начисляются в зависимости от соответствия критериям таблицы 1.

Оценка качества подготовки по результатам самостоятельной работы студента ведется:

1) преподавателем – оценка глубины проработки материала, рациональность и содержательная емкость представленных интеллектуальных продуктов, наличие креативных элементов, подтверждающих самостоятельность суждений по теме;

2) группой – в ходе обсуждения представленных материалов;

3) студентом лично – путем самоанализа достигнутого уровня понимания темы.

По дисциплине предусмотрены формы контроля качества подготовки:

- текущий (осуществление контроля за всеми видами аудиторной и внеаудиторной деятельности студента с целью получения первичной информации о ходе усвоения отдельных элементов содержания дисциплины);

- промежуточный (оценивается уровень и качество подготовки по конкретным разделам дисциплины).

Результаты текущего и промежуточного контроля качества выполнения студентом запланированных видов деятельности по усвоению учебной дисциплины являются показателем того, как студент работал в течение семестра. Итоговый контроль проводится в форме промежуточной аттестации студента – экзамена (зачета).

Текущий контроль успеваемости предусматривает оценивание хода освоения дисциплины, промежуточная аттестация обучающихся – оценивание результатов обучения по дисциплине, в том посредством испытания в форме экзамена (зачета).

Для оценки качества подготовки студента по дисциплине в целом составляется рейтинг – интегральная оценка результатов всех видов деятельности студента, осуществляемых в процессе ее изучения. Последняя представляется в балльном исчислении согласно таблице 2.

Защита практической работы производится студентом в день ее выполнения в соответствии с учебным расписанием. Преподаватель проверяет правильность выполнения практической работы студентом и сделанных выводов, контролирует знание студентом пройденного материала с помощью собеседования или тестирования.

Проработка конспекта лекций и учебной литературы осуществляется студентами в течение всего семестра, после изучения новой темы. К экзамену допускаются

студенты, выполнившие все виды текущей аттестации – практические работы, коллоквиум, задание для самостоятельной работы.