Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Кислова Наталья Николаевна
Должность: Проректор по УМР и качеству образования
Дата подписания: 13.04.2023 09:42:17
Уникальный программный ключ:
52802513f5b14a975b3e9b13008093d5726b159bf6064f865ae65b96a966c035

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Самарский государственный социально-педагогический университет»

Кафедра литературы, журналистики и методики обучения

Утверждаю
Проректор по учебно-методической
работе и качеству образования
_____ Н.Н. Кислова

Кветкин Павел Дмитриевич

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
для проведения промежуточной аттестации по дисциплине
«Социальная реклама»

Направление подготовки
42.03.02 Журналистика
Направленность (профиль) «Конвергентная журналистика»
Квалификация выпускника
Бакалавр

С изменениями:
протокол заседания Ученого совета СГСПУ от 31.08.2022 г. №1.

Рассмотрено
Протокол № 1 от 28.08.2018 г.
Заседания кафедры журналистики

Одобрено
Начальник Управления образовательных программ
_____ Н.А. Доманина

Самара 2018

Пояснительная записка

Фонд оценочных средств (далее – ФОС) для промежуточной аттестации по дисциплине «Социальная реклама» разработан в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 8 июня 2017 г. № 524 (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 29 июня 2017 г., регистрационный № 47219), с изменениями, внесенными приказами Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 26 ноября 2020 г. № 1456 (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 27 мая 2021 г., регистрационный № 63650) и от 8 февраля 2021 г. № 83 (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 12 марта 2021 г., регистрационный № 62739), основной профессиональной образовательной программой высшего образования «Конвергентная журналистика» с учетом требований профессионального стандарта «11.003 Корреспондент средств массовой информации», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 21 мая 2014 г. № 339н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 5 июня 2014 г., регистрационный № 32589) и профессионального стандарта «11.006 Редактор средств массовой информации», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. № 538н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 28 августа 2014 г., регистрационный № 33899).

Цель ФОС для промежуточной аттестации – установление уровня сформированности компетенции ПК-4: способен продвигать журналистский текст и (или) продукт путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации

Задачи ФОС для промежуточной аттестации - контроль качества и уровня достижения образовательных результатов по формируемым в соответствии с учебным планом компетенции:

ПК-4.1. Информирует аудиторию о публикации журналистского текста и (или) продукта с помощью релевантных онлайн- и офлайн-ресурсов

Знает систему мероприятий по рекламной поддержке социально значимых идей

Умеет применять современные технологии социальных коммуникаций

ПК-4.2. Отслеживает реакцию целевой аудитории и принимает участие в обсуждении публикации

Знает основные технологии создания и воздействия социальной рекламы на целевую аудиторию

ПК-4.3. Корректирует свои творческие действия в зависимости от результата взаимодействия с аудиторией

Знает креативные методики по созданию социальной рекламы

Умеет презентовать продукты социальной рекламы

Требование к процедуре оценки:

Помещение: особых требований нет.

Оборудование: особых требований нет.

Инструменты: особых требований нет.

Расходные материалы: особых требований нет

Доступ к дополнительным справочным материалам: конспекты научных трудов, сделанные в период изучения дисциплины.

Нормы времени: 20 минут на подготовку.

Комплект оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Проверяемая компетенция из ОПОП ВО:

ПК-4. Способен продвигать журналистский текст и (или) продукт путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации

Проверяемый индикатор достижения компетенции:

ПК-4.1: информирует аудиторию о публикации журналистского текста и (или) продукта с помощью релевантных онлайн- и офлайн-ресурсов;

ПК-4.2. Отслеживает реакцию целевой аудитории и принимает участие в обсуждении публикации;

ПК-4.3: корректирует свои творческие действия в зависимости от результата взаимодействия с аудиторией

Проверяемый результат обучения:

Знает систему мероприятий по рекламной поддержке социально значимых идей.

Умеет применять современные технологии социальных коммуникаций.

Знает основные технологии создания и воздействия социальной рекламы на целевую аудиторию

Знает креативные методики по созданию социальной рекламы

Умеет презентовать продукты социальной рекламы.

Оценка сформированности компетенции

Пороговый уровень: знает основные составляющие социальной рекламы.

Продвинутый уровень: умеет создавать проекты для повышения социально ответственной культуры общества.

Высокий уровень: владеет способами организации взаимодействия между проектами, относящимся к социальной сфере общества.

Тип (форма) задания: тест

Пример типового задания
Тест №1
1.Миссия социальной рекламы:
а) укрепление государственного строя;
б) устранение политических разногласий;
в) продвижение интересов третьего сектора;
г) изменение поведенческих моделей в обществе.

2. Когда появилась первая социальная реклама:
а) во времена первобытнообщинного строя;
б) в начале XX в.;
в) в период Первой мировой войны;
г) в период Второй мировой войны.

3. Самым ранним зарубежным аналогом советского плаката «Ты записался добровольцем?» был:
а) американский плакат с изображением дяди Сэма;
б) русский дореволюционный рекрутинговый плакат;
в) английский рекрутинговый плакат;
г) у него не было аналогов.
4. В каком году в США возник Рекламный совет:
а) 1906;
б) 1917;
в) 1942;
г) 1987.

5. Кто из президентов США сказал, что каждый доллар, истраченный на информационную кампа-нию, равен пяти, потраченным на вооружение:
а) Д. Эйзенхауэр;
б) А. Линкольн;
в) Ф. Рузвельт;
г) Д. Кеннеди.

6. Высокоэффективная кампания по повышению безопасности на дорогах США называлась:
а) «Трезвость за рулем»;
б) «Пьяный водитель»;
в) «За повышение безопасности»;
г) «Водитель, будь бдителен!».

7.Организатор американской кампании по предотвращению рака груди:
а) правительство США;
б) Рекламный совет США;
в) корпорация «Philip Morris»;
г) косметическая фирма «Avon».

8. Самую высокобюджетную кампанию против курения провел(а):
а) корпорация «Philip Morris»;
б) Департамент здравоохранения США;
в) ассоциация «Врачи без границ»;
г) Рекламный совет США.

9.В каком году в России был создан Общественный Рекламный совет:
а) 1917;
б) 1941;
в) 1992;
г) 2000.

10. Первопроходцами социальной рекламы были:
А) американцы;
Б) французы;
В) англичане;
Г) россияне.

11. Назовите методы, используемые в социальной рекламе:
А) эмоциональные;

Б) рациональные;
В) иррациональные.

12. К социальной рекламе не относится:
А) информация, распространенная любым способом;
Б) реклама, ориентированная на людей с ограниченными возможностями;
В) реклама, упоминающая спонсоров и способы их индивидуализации;
Г) информация, направленная на обеспечение интересов государства.

Оценочный лист к типовому заданию (модельный ответ):

Показатели	Балл
Верно даны ответы на вопросы теста:	
1. Г	1
2. А	1
3. Г	1
4. Б	1
5. Б	1
6. Г	1
7. А	1
8. В	1
9. А	1
10. В	1
11. А	1
12. Д	1

Пример типового задания:
Тест №2
1. Федеральный Закон «О рекламе» был принят в:
А. 2004 г.;
Б. 2005 г.;
В. 2006 г.;
Г. 2007 г.

2. Кто является автором плаката «Ты записался добровольцем?»
А. В.Дени;
Б. Д.Моор;
В. Э.Лисицкий;
Г. И.Тоидзе.

3. Отметьте девиз первого российского ролика социальной рекламы:
А. «Позвоните родителям»;
Б. «Верю. Люблю. Надеюсь»;
В. «Кто умен, а кто дурак! Один за книгу, другой в кабак»;
Г. «Берегите природу!»

4. Отметьте номер статьи «Социальная реклама» в ФЗ «О рекламе»:
А. 9; Б. 10; В. 11; Г. 12.

5. «Заплати налоги и спи спокойно» - это:
А. общественная реклама;
Б. политическая реклама;
В. социальная реклама;
Г. государственная реклама.

6. Кто является автором плаката «Родина-мать зовет!»:
А. В.Дени;
Б. Д.Моор;
В. Э.Лисицкий;
Г. И.Тоидзе.

7. Что является предметом социальной рекламы:
А. товар, услуга;
Б. общественная идея;

В. организация;
Г. бренд.

8. Конструктивистский стиль плаката доминировал в период:
А. Великой Отечественной войны;
Б. в 1930-е годы;
В. в послевоенный период;
Г. в 1920-е годы.

9. Кто является автором плаката «Клином красных бей белых!»:
А. В.Дени;
Б. Д.Моор;
В. Э.Лисицкий;
Г. И.Тоидзе.

10. К функциям социальной рекламы не относится:
А. воспитательная;
Б. информационная;
В. экономическая;
Г. развлекательная.

11. Расставьте следующие этапы рекламной кампании в порядке очередности:
А. выбор рекламных средств и носителей социальной рекламы;
Б. осуществление рекламной кампании;
В. определение целевой аудитории;
Г. ситуационный анализ;
Д. разработка рекламных сообщений;
Е. оценка эффективности.

12. Слово или выражение, употребляемое в переносном значении на основе сходства в каком-либо отношении двух предметов или явлений:
А. метафора;
Б. троп;
В. гипербола

Оценочный лист к типовому заданию (модельный ответ):

Показатели	Балл
Верно даны ответы на вопросы теста:	
1. В	1
2. Б	1
3. Г	1
4. В	1
5. В	1
6. Г	1
7. Б	1
8. Г	1
9. В	1
10. В	1
11. ВГАДБЕ	1
12. А	1

Методические материалы, определяющие процедуру и критерии оценивания сформированности компетенций при проведении промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация проводится в форме теста из 12 вопросов.

Промежуточная аттестация оценивается по шкале от 0 до 12 баллов в соответствии с критериями, указанными в оценочных листах к заданиям.