Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Кислова Наталья Николаевна
Должность: Проректор по УМР и качеству образования
Дата подписания: 13.04.2023 09:46:52
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, Поздняков Константин Сергеевич

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
для проведения промежуточной аттестации по дисциплине
«Творческие технологии в рекламе»

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 27.08.2019 г.
Заседания кафедры журналистики

Одобрено
Начальник Управления образовательных программ
_____ Н.А. Доманина

Самара 2019

Пояснительная записка

Фонд оценочных средств (далее – ФОС) для промежуточной аттестации по дисциплине «Творческие технологии в рекламе» 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 компетенций:

ПК-1. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

ПК-2. Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, жанрами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа.

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

ПК-1. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

ПК-1.1. Осуществляет поиск темы и выявляет существующую проблему

Знает: специфику и проблематику креатива в рекламе

Владеет: опытом выработки рекламных идей и нестандартных решений

ПК-1.2. Получает информацию в ходе профессионального общения с героями, свидетелями, экспертами и фиксирует полученные сведения

Умеет: организовывать и управлять процессом коллективного и индивидуального поиска идей рекламы

Владеет: опытом этичного поведения в бизнес-сообществе и обществе в целом

ПК-1.3. Отбирает релевантную информацию из доступных документальных источников

Умеет: самостоятельно проводить предварительный сбор необходимой информации, ставить задачи поиска идеи и разработки концепции.

Умеет: определять наиболее подходящие формы системы маркетинговых коммуникаций для осуществления рекламной деятельности

ПК-1.4. Проверяет достоверность полученной информации, разграничивает факты и мнения

Умеет: анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп

ПК-1.5. Предлагает творческие решения с учетом имеющегося мирового и отечественного журналистского опыта

Умеет: модифицировать традиционные и разрабатывать новые методы и средства генерирования идеи рекламы для выработки нестандартных решений

ПК-1.6. Соблюдает профессиональные этические нормы на всех этапах работы

Умеет: разбираться в вопросах профессиональной этики специалиста по рекламе и связям с общественностью

Знает: основные нормативные документы, фиксирующие этические принципы и стандарты профессионального поведения в сфере рекламы и PR

ПК-1.7. Готовит к публикации журналистский текст (или) продукт с учетом требований редакции СМИ или другого медиа

Знает: визуальные и вербальные принципы составления и оформления рекламных продуктов в соответствии с требованиями редакции СМИ и медиасферы в целом

ПК-2. Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, жанрами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа

ПК-2.1. Приводит журналистский текст и (или) продукт разных видов в соответствие с языковыми нормами

Умеет: создавать рекламные продукты, соответствующие современным представлениям об языковых нормах

ПК-2.2. Контролирует соблюдение редакционных стандартов, форматов, жанров, стилей в журналистском тексте и (или)продукте

Знает: жанровую палитру современных креативных продуктов в области СМИ

Умеет: определять наиболее подходящий формат создаваемого рекламного продукта

ПК-2.3. Контролирует соблюдение профессиональных этических норм в журналистском тексте и (или) продукте

Знает: основные принципы общественного и государственного регулирования в сфере рекламной деятельности

ПК-2.4. Учитывает технологические требования разных типов СМИ и других медиа при редактировании журналистского текста и (или) продукта

Знает: основные технические сложности воплощения креативных разработок в медиаобласти

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-1. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта
ПК-2. Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, жанрами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа.
Проверяемые индикаторы достижения компетенций:
ПК-1.1. Осуществляет поиск темы и выявляет существующую проблему
ПК-1.2. Получает информацию в ходе профессионального общения с героями, свидетелями, экспертами и фиксирует полученные сведения
ПК-1.3. Отбирает релевантную информацию из доступных документальных источников
ПК-1.4. Проверяет достоверность полученной информации, разграничивает факты и мнения
ПК-1.5. Предлагает творческие решения с учетом имеющегося мирового и отечественного журналистского опыта
ПК-1.6. Соблюдает профессиональные этические нормы на всех этапах работы
ПК-1.7. Готовит к публикации журналистский текст (или) продукт с учетом требований редакции СМИ или другого медиа
ПК-2.1. Приводит журналистский текст и (или) продукт разных видов в соответствие с языковыми нормами
ПК-2.2. Контролирует соблюдение редакционных стандартов, форматов, жанров, стилей в журналистском тексте и (или)продукте
ПК-2.3. Контролирует соблюдение профессиональных этических норм в журналистском тексте и (или) продукте
ПК-2.4. Учитывает технологические требования разных типов СМИ и других медиа при редактировании журналистского текста и (или) продукта
Проверяемые результаты обучения:
Знает: специфику и проблематику креатива в рекламе
Владеет: опытом выработки рекламных идей и нестандартных решений
Умеет: организовывать и управлять процессом коллективного и индивидуального поиска идей рекламы
Владеет: опытом этичного поведения в бизнес-сообществе и обществе в целом
Умеет: самостоятельно проводить предварительный сбор необходимой информации, ставить задачи поиска идеи и разработки концепции.
Умеет: определять наиболее подходящие формы системы маркетинговых коммуникаций для осуществления рекламной деятельности
Умеет: анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп
Умеет: модифицировать традиционные и разрабатывать новые методы и средства генерирования идеи рекламы для выработки нестандартных решений
Умеет: разбираться в вопросах профессиональной этики специалиста по рекламе и связям с общественностью
Знает: основные нормативные документы, фиксирующие этические принципы и стандарты профессионального поведения в сфере рекламы и PR
Знает: визуальные и вербальные принципы составления и оформления рекламных продуктов в соответствии с требованиями редакции СМИ и медиасферы в целом
Умеет: создавать рекламные продукты, соответствующие современным представлениям об языковых нормах
Знает: жанровую палитру современных креативных продуктов в области СМИ
Умеет: определять наиболее подходящий формат создаваемого рекламного продукта
Знает: основные принципы общественного и государственного регулирования в сфере рекламной деятельности
Знает: основные технические сложности воплощения креативных разработок в медиаобласти.

Тип (форма) задания: тест.
Пример типового задания
Тест №1
1.Признаками проекта являются:
А. наличие изменения (мы изменяем существующую ситуацию до желаемой)
В. ограниченность ресурсов, в том числе временного
С. уникальная последовательность событий

2. Специалист по созданию творческой стратегии рекгламы называется:
A. Креатор
B. Рекламист
C. Маркетолог
D. Менеджер

3. Общение в процессе решения профессиональных задач определяет характер управленческой дея-тельности:
A. Воспитательный
B. Организаторский
C. Творческий
D. Коммуникативный

4.Автор (ы), разработавшие теорию RAM-проводника это:
A. Дж.Р. Росситер и Л. Анг
B. Жана-Мари Дрю и Адамом Морган
C. Д. Огилви
D. М. Вебер

5. Мышление, направленное на открытие принципиально нового или усовершенствованного реше-ния той или иной задачи.:
A. творческое мышление
B. практическое мышление
C. интуитивное мышление
D. теоретическое мышление

6. Способность к творчеству, созидательность, творческая, новаторская деятельность, называется:
A. Оригинальность
B. Смелость
C. Креативность
D. Уверенность

7. Исследователь, разработавший методику слома стереотипов, это:
A. Жана-Мари Дрю
B. Д. Огилви
C. Дж.Р. Росситер
D. Д. Рисман

8. Стиль руководства, который характеризуется ориентацией не только на задачу, но и учитывает интересы других людей:
A. Творческий
Б. Авторитарный
C. Либеральный
D. Демократический

9. Стиль руководства, который характеризуется некоторым отстранением от управления коллекти-вом:
A. Авторитарный
B. Демократический
C. Либеральный
D. Творческий

10.Стиль руководства, наиболее эффективный для управления творческими коллективами:
A. Либеральный
B. Демократический
C. Коллегиальный
D. Авторитарный

11. Стиль руководства, при котором подчиненные могут сами принимать решения:
A. Либеральный
B. Демократический
C. Коллегиальный
D. Авторитарный

12. Стиль руководства, при котором решения принимаются всегда сообща:
A. Либеральный

B. Демократический
C. Коллегиальный
D. Авторитарный

Оценочный лист к типовому заданию (модельный ответ):

Вопрос №	Ответ
1	A
2	A
3	D
4	A
5	A
6	C
7	A
8	D
9	A
10	C
11	A
12	C

Пример типового задания:
Тест №2
1. Основоположником метода проектов в обучении был:
1. К.Д. Ушинский;
2. Дж. Дьюи;
3. Дж. Джонсон;
4. Коллингс.

2. Какое из приведённых определений проекта верно:
1. проект – уникальная деятельность, имеющая начало и конец во времени, направленная на достижение определенного результата/цели, создание определённого, уникального продукта или услуги при заданных ограничениях по ресурсам и срокам;
2. проект – совокупность заранее запланированных действий для достижения какой-либо цели;
3. проект – процесс создания реально возможных объектов будущего или процесс создания реально возможных вариантов продуктов будущего;
4. проект – совокупность взаимосвязанных мероприятий или задач, направленных на создание определённого продукта или услуги для потребителей.

3. Со слова какой части речи формулируется цель проекта:
1. глагол;
2. прилагательное;
3. существительное;
4. наречие.

4. Выберите задачи проекта:
1. шаги, которые необходимо сделать для достижения цели;
2. цели проекта;
3. результат проекта
4. путь создания проектной папки.

5. Выберите лишнее. Типы проектов по продолжительности:
1. смешанные;
2. краткосрочные;
3. годичные
4. мини-проекты.

6. Выберите лишнее. Виды проектов по доминирующей роли обучающихся:
1. поисковый;
2. ролевой;
3. информационный;
4. творческий.

7. Какой из перечисленных характеристик объект не обладает:
1. доступность;

2. временность;
3. последовательность разработки;
4. уникальность продукта, услуги, результата.

8. Конструктивистский стиль плаката доминировал в период:
1. Великой Отечественной войны;
2. в 1930-е годы;
3. в послевоенный период;
4. в 1920-е годы.

9. К какому умению относятся умение отстаивать свою точку зрения, умение находить компромисс:
1. рефлексивное;
2. поисковое;
3. менеджерское;
4. коммуникативное.

10. К какому навыку (умению) относятся навыки монологической речи, умение использовать различные средства наглядности при выступлении:
1. навыки оценочной самостоятельности;
2. навыки работы в сотрудничестве;
3. менеджерские умения и навыки;
4. презентационные умения и навыки.

11. Цикл проекта - это время:
1) от идентификации до завершения внедрения проекта;
2) от идентификации к началу внедрения проекта;

12. Способность к творчеству, созидательность, творческая, новаторская деятельность, называется:
1. Оригинальность
2. Смелость
3. Креативность
4. Уверенность

Оценочный лист к типовому заданию (модельный ответ):

Вопрос №	Ответ
1	2
2	1
3	1
4	1
5	4
6	3
7	2
8	4
9	4
10	4
11	1
12	3

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.