

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Кислова Наталья Николаевна
Должность: Проректор по УМР и качеству образования
Дата подписания: 23.04.2025 17:39:09
Уникальный программный ключ:
52802513f5b14a975b3e06c0a9176e04d1

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Самарский государственный социально-педагогический университет»
Кафедра психологии и социальной педагогики

Утвержден на заседании кафедры
от 30.08.2019 г., протокол № 1

Семенова Татьяна Вениаминовна

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

для проведения промежуточной аттестации по дисциплине
«Психология рекламы и массовых коммуникаций»

Направление подготовки
37.03.01 Психология

Профиль
«Социальная психология»

Квалификация выпускника:
бакалавр

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

Самара, 2019

Пояснительная записка

Фонд оценочных средств (далее – ФОС) для промежуточной аттестации по дисциплине «Психология рекламы и массовых коммуникаций» разработан в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 37.03.01 Психология, профиль «Социальная психология».

Цель ФОС для промежуточной аттестации – установление уровня сформированности компетенции: ПК-7, ПК-8, ПК-12.

Задачи ФОС по дисциплине - контроль качества и уровня достижения образовательных результатов по формируемым в соответствии с учебным планом компетенциям:

Способность к участию в проведении психологических исследований на основе применения общепрофессиональных знаний и умений в различных научных и научно-практических областях психологии (ПК-7);

Способность к проведению стандартного прикладного исследования в определенной области психологии (ПК-8);

Способность к просветительской деятельности среди населения с целью повышения уровня психологической культуры общества (ПК-12);

Требования к процедуре оценки:

Помещение: Учебная лаборатория «Информационные технологии обучения»

Оборудование: любое, обеспечивающее выход в ИНТЕРНЕТ и демонстрацию презентаций.

Инструменты: сотовый телефон или планшет, или ноутбук и пр.

Расходные материалы: листы с заданиями, листы для ответов, ручки

Доступ к дополнительным справочным материалам: особых требований нет

Нормы времени: 1 час на подготовку, 10 мин. на индивидуальный ответ.

Комплект оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Проверяемые образовательные результаты:

Способность к участию в проведении психологических исследований на основе применения общепрофессиональных знаний и умений в различных научных и научно-практических областях психологии (ПК-7);

Знает теоретические основы и цели проведения прикладного исследования в области психологического воздействия разных видов рекламы на различные группы потенциальных потребителей товаров и услуг;

Умеет подбирать методы и методики для изучения психологического воздействия рекламы на человека с учетом его психологических особенностей.

Владеет навыками ориентации в научной литературе по психологии рекламы и массовых коммуникаций.

Способность к проведению стандартного прикладного исследования в определенной области психологии (ПК-8);

Знает предназначение рекламы и массовой коммуникации - как особой формы связи и общения людей в обществе.

Умеет решать стандартные задачи в области психологии рекламы с помощью использования процесса производства и воспроизводства массового сознания средствами массовой коммуникации.

Владеет навыками поиска информации методического характера, связанной с методами рекламного воздействия.

Задание 1. Подготовка к проведению КОЛЛОКВИУМА по обсуждению результатов самостоятельно проведенного стандартного библиографического исследования по актуальным темам психологии рекламы и массовых коммуникаций, которые предлагает Интернет.

Необходимо пользоваться рекомендованными электронными библиотеками:

- 1) «Университетская библиотека онлайн» <https://biblioclub.ru>
- 2) «Научная электронная библиотека eLibrary» <https://elibrary.ru>

Необходимо подобрать к обсуждению в группе несколько новых интересных тем, сделать резюме и представить в виде сообщения, доклада или презентации.

Оценочный лист к типовому заданию (модельный ответ):

Тема 1. Текст для продвижения какой-либо продукции, товара, услуги – об использовании разных приемов воздействия на потребителя.

Тема 2. Текст об особенностях развития рекламы в России.

Тема 3. Текст методологической ориентации: понятие рекламы, цели, функции, виды рекламы.

Оценочный лист к заданию 1 (модельный ответ):

№	Критерий	Индикатор		
		0 (не соотв.)	1-5 (частичное соответств ие)	6-10 (полное соответс твие)
1.	Найдено не менее трех тем из разных направлений психологии рекламы и массовых коммуникаций			
2.	Каждая из тем представлена в сравнительных категориях, подчеркнуты их сходства и найдены принципиальные различия, представлены аргументы;			
2.	Выражены понимание собственной позиции, способность к рефлексии и анализу;			
3.	Продемонстрировано умение вести полемику (отвечает на вопросы по теме, задает вопросы сам).			
4.	Представлен собственный опыт практического участия в разработке и/или реализации рекламных проектов в какой-либо сфере;			
5.	Подготовлена презентация			
Максимальное количество баллов:				50

Проверяемые результаты:

Способность к просветительской деятельности среди населения с целью повышения уровня психологической культуры общества (ПК-12);

Знает теоретические основы рекламы и маркетинга;

Умеет излагать научные знания в популярном стиле;

Владеет навыком публичных выступлений.

Задание 2. Составить план лекции в популярном стиле по одной из проработанных в первом задании тем - для целевой аудитории неподготовленных слушателей. Продемонстрировать фрагмент лекции в нужном стиле с учетом психологических особенностей целевой аудитории.

Варианты целевой аудитории, выбранные случайным образом: 1)воспитанники детского сада, 2)младшие школьники, 3)старшеклассники, 4)пенсионеры, 5)бизнесмены, 6)индивидуальные предприниматели, 7)домохозяйки, 8)ректоры вузов, 9)победители телеконкурса среди одаренных детей младшего возраста «Лучше всех!», 10)своя семья и ближайшие родственники, 11)случайные прохожие.12)слушатели курсов повышения квалификации психологов-консультантов.

Оценочный лист к заданию 2 (модельный ответ):

№	Критерий	Индикатор		
		0 (не соотв.)	1 (частичное соответств ие)	2 (полное соответс твие)
1.	Подготовлен план популярной лекции по теме из ранее проработанных в первом задании (выбрано самостоятельно из разных разделов психологии рекламы и массовых коммуникаций, оперативно найденных в среде ИНТЕРНЕТ)			
2.	План популярной лекции содержит не менее трех пунктов.			
3.	Тема представлена в сравнительных категориях, подчеркнуты их сходства и найдены принципиальные различия, представлены аргументы;			
4.	Продемонстрировано умение вести полемику (подготовлены вопросы по теме, составлены краткие ответы на них).			
5.	Представлен фрагмент устной речи в популярном стиле в соответствии с психологическими особенностями целевой аудитории			
Максимальное количество баллов:				10

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

Код контролируемой компетенции	Наименование оценочного средства	Максимальное количество баллов	Всего баллов	Уровень освоения компетенцией (в баллах)		
				Пороговый (56-70%)	Продвинутый (71-85%)	Высокий (86-100%)
ПК-7, ПК-8,	Задание 1	50	60	35-40	41-50	51-60
ПК-12	Задание 2	10				