

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
для проведения текущей и промежуточной аттестации
по учебной дисциплине

«Управление пресс-службой в государственной организации»

для направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью в государственном
и муниципальном управлении

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Семестр \ Наименование дисциплины	1	2	3	4	5	6	7	8
ОПК-2 владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью								
Б1.Б.20 Основы менеджмента		+						
Б1.В.ДВ.2.1 Управление пресс-службой в государственной организации						+		
Этапы формирования компетенций	1	2	3	4	5	6	7	8
ПК-1 способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью.								
Б1.Б.10 Экономика			+					
Б1.Б.19 Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)		+	+					
Б1.Б.21 Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью							+	
Б1.Б.16 Теория и практика связей с общественностью	+	+	+	+	+			
Б1.Б.23 Имеджелогия						+		
Б1.В.ДВ.2.1 Управление пресс-службой в государственной организации						+		
Этапы формирования компетенций	1	2	3	4	5	6	7	8
ПК- 2 владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы								
Б1.Б.18 Теория и практика	+	+	+	+	+			

массовых коммуникаций								
Б1.Б.21 Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью							+	
Б1.В.ОД.2 Реклама и связи с общественностью в деятельности государственных структур			+					
Б1.В.ДВ.2.1 Управление пресс-службой в государственной организации						+		
Этапы формирования компетенций	1	2	3	4	5	6	7	8
ПК-3 владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами								
Б1.Б.21 Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью							+	
Б1.В.ДВ.1.1 Правовые основы государственного и муниципального управления								
Б1.В.ДВ.1.2 Основы государственного и муниципального права							+	
Б1.В.ДВ.2.1 Управление пресс-службой в государственной организации						+		
Этапы формирования компетенций	1	2	3	4	5	6	7	8

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Контроль качества освоения дисциплины включает в себя текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию. Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация обучающихся проводятся в целях установления соответствия

достижений обучающихся поэтапным требованиям образовательной программы к результатам обучения и формирования компетенций.

Индекс	Компетенция	Компоненты
ОПК-2	способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах	Знает основные понятия и теоретические основы рекламы и PR; Умеет создавать оптимальные условия для профессиональной деятельности, подготовить материалы для создания рекламного продукта и PR; Владеет навыками организации работы отдела по СО, отдела рекламы, СМИ в любой сфере социального бытия.
		Знает технику взаимодействия организации и общества, общества и СМИ; Умеет осуществлять анализ любых СМИ и организовывать любые PRмероприятия; Владеет методиками мониторинга, SWAT-анализа, контент-анализа, 17 планирования, проведения и оценки PR-мероприятия.
		Знает типологию и принципы создания рекламного продукта и продукта в сфере PR; Умеет управлять общественным мнением; Владеет технологиями формирования общественного мнения в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта.

В рамках данной дисциплины формируется первый, второй и третий компонент компетенции ОПК-2.

Индекс	Компетенция	Компоненты
ПК-1	способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью	Знать содержание основных понятий и терминов ТиПСО; структуру и основное содержание корпоративной культуры, содержание и функции корпоративного кодекса; содержание интегрированных маркетинговых коммуникаций и место в них связей с общественностью; основы взаимодействия связей с общественностью со средствами массовой коммуникации; цели, задачи, функции связей с общественностью в различных типах организаций; основы защиты имиджа и репутации организации от информационных

		<p>угроз и опасностей (в аспекте информационной безопасности субъекта в пределах своей компетенции).</p> <ul style="list-style-type: none"> - основы деятельности пресс-службы - документы пресс-службы - историю эволюции взглядов на PR-консультирование. - особенности использования услуг профессиональных PR-консультантов и консалтинговых компаний. - разновидности PR-консалтинга. - особенности применения на практике моделей PR-консалтинга. - механизм передачи консультантом системы знаний персоналу предприятия. - приемы и методы убеждающего психологического воздействия на людей в процессе коучинга <p>Уметь самостоятельно работать над источниками информации, подготовки информационных материалов различного направления, организации специальных мероприятий, проведения исследований в области связей с общественностью; осуществлять управление информацией в интересах формирования общественного мнения целевых групп общественности как во внутренней, так и внешней среде организации;</p> <ul style="list-style-type: none"> - определять PR-стратегию развития организации; применять инструментарий и технологии связей с общественности при решении конкретных задач по информационно-коммуникативному сопровождению менеджмента организации; строить информационную политику организации в условиях кризисных ситуаций <p>участвовать в реальной консультативной деятельности - применять знания в коммуникационном процессе - проводить анализ теоретического и эмпирического материала, раскрывающего состояние бизнес-среды и специфики конкретного рынка.</p>
--	--	---

В рамках данной дисциплины формируется первый и второй компонент компетенции ПК-1.

Индекс	Компетенция	Компоненты
ПК-2	владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы	Знать - основные понятия современного рекламного дела.
		Уметь - принимать обоснованные экономические и управленческие решения в области профессиональной деятельности.
		Владеть - основными методами экономического, маркетингового, управленческого анализа ситуаций, связанных с рекламной деятельностью

В рамках данной дисциплины формируется первый и второй компонент компетенции ПК-2.

Индекс	Компетенция	Компоненты
ПК-3	владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами	Знать - основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, включая вопросы мотивации, групповой динамики, коммуникаций, лидерства и управления конфликтами.
		Уметь - анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию.
		Владеть - способностью использовать инструменты управления в профессиональной деятельности.

В рамках данной дисциплины формируется первый и второй компонент компетенции ПК-3.

2.1 Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования (промежуточная аттестация)

Компетенции	Показатели	Критерии в соответствии с уровнем освоения ОП			Оценочное средство (промежуточное)
		пороговый (удовлетворительно) 55-69 баллов	стандартный (хорошо) 70-84 балла	эталонный (отлично) 85-100 баллов	
ОПК-2	Знать	Знает основные понятия и теоретические основы рекламы и PR;	Знает технику взаимодействия организации и общества, общества и СМИ;	Знает типологию и принципы создания рекламного продукта и продукта в сфере PR;	Реферативное

	Уметь	Умеет создавать оптимальные условия для профессиональной деятельности, подготовить материалы для создания рекламного продукта и PR	Умеет осуществлять анализ любых СМИ и организовывать любые PRмероприятия;	Умеет управлять общественным мнением;	Реферативное изложение; подготовка
	Владеть	Владеет навыками организации работы отдела по СО, отдела рекламы, СМИ в любой сфере социального бытия.	Владеет методиками мониторинга, SWAT-анализа, контент-анализа, 17 планирования, проведения и оценки PR-мероприятия.	Владеет технологиями формирования общественного мнения в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта.	Подготовка сообщений и докладов; подготовка электронных презентаций; подготовка к участию в дискуссии.

ПК-1	Знать	<p>содержание основных понятий и терминов ТиПСО; структуру и основное содержание корпоративной культуры, содержание и функции корпоративного кодекса; содержание интегрированных маркетинговых коммуникаций и место в них связей с общественностью;</p>	<p>основы взаимодействия связей с общественностью со средствами массовой коммуникации; цели, задачи, функции связей с общественностью в различных типах организаций; основы защиты имиджа и репутации организации от информационных угроз и опасностей (в аспекте информационной безопасности субъекта в пределах своей компетенции).</p>	<p>содержание основных понятий и терминов ТиПСО; структуру и основное содержание корпоративной культуры, содержание и функции корпоративного кодекса; содержание интегрированных маркетинговых коммуникаций и место в них связей с общественностью; основы взаимодействия связей с общественностью со средствами массовой коммуникации; цели, задачи, функции связей с общественностью в различных типах организаций; основы защиты имиджа и репутации организации от информационных угроз и опасностей (в аспекте информационной безопасности субъекта в пределах своей компетенции).</p> <ul style="list-style-type: none"> - основы деятельности пресс-службы - документы пресс-службы - историю эволюции взглядов на PR-консультирование. - особенности использования услуг профессиональных PR-консультантов и консалтинговых компаний. - разновидности PR-консалтинга. - особенности применения на практике моделей PR-консалтинга. - механизм передачи 	<p>ьного творческого задания (письменный и устный отчёт).</p>
------	-------	---	---	--	---

	<p>Уметь</p>	<p>самостоятельно работать над источниками информации, подготовки информационных материалов различного направления, организации специальных мероприятий, проведения исследований в области связей с общественностью; осуществлять управление информацией в интересах формирования общественного мнения целевых групп общественности как во внутренней, так и внешней среде организации;</p>	<p>- определять PR-стратегию развития организации; применять инструментарий и технологии связей с общественности при решении конкретных задач по информационно-коммуникативному сопровождению менеджмента организации; строить информационную политику организации в условиях кризисных ситуаций</p>	<p>самостоятельно работать над источниками информации, подготовки информационных материалов различного направления, организации специальных мероприятий, проведения исследований в области связей с общественностью; осуществлять управление информацией в интересах формирования общественного мнения целевых групп общественности как во внутренней, так и внешней среде организации; - определять PR-стратегию развития организации; применять инструментарий и технологии связей с общественности при решении конкретных задач по информационно-коммуникативному сопровождению менеджмента организации; строить информационную политику организации в условиях кризисных ситуаций</p>	<p>Подготовка электронных презентаций; подготовка к собеседованию.</p>
--	--------------	---	--	---	--

	Владеть	участвовать в реальной консультативной деятельности - применять знания в коммуникационном процессе	- проводить анализ теоретического и эмпирического материала, раскрывающего состояние бизнес-среды и специфики конкретного рынка.	участвовать в реальной консультативной деятельности - применять знания в коммуникационном процессе - проводить анализ теоретического и эмпирического материала, раскрывающего состояние бизнес-среды и специфики конкретного рынка.	Реферативное изложение; Составление текстуального конспекта;
ПК-2	Знать	Основные понятия теории рекламы	Тенденции современной рекламы	основные понятия современного рекламного дела.	Реферативное изложение
	Уметь	Принимать управленческие решения	Принимать управленческие решения в области профессиональной деятельности	принимать обоснованные экономические и управленческие решения в области профессиональной деятельности.	Подготовка сообщений и докладов;
	Владеть	Базовыми навыками управленческого анализа	Основными методами маркетингового анализа	основными методами экономического, маркетингового, управленческого анализа ситуаций, связанных с рекламной деятельностью	выполнение индивидуального творческого
ПК-3	Знать	Основные теории коммуникации	основные теории и концепции взаимодействия людей в организации	основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, включая вопросы мотивации, групповой динамики, коммуникаций, лидерства и управления конфликтами.	Подготовка электронных презентаций; подготовка к собеседованию.

Уметь	Анализировать основные показатели организации	анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации	анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию.	Реферативное изложение; Составление
Владеть	Базовыми навыками управления	Инструментами управления	способностью использовать инструменты управления в профессиональной деятельности.	Реферативное изложение; подготовка

2.2. Критерии и шкалы оценивания результатов обучения при проведении текущего контроля успеваемости

Текущий контроль предназначен для проверки хода и качества формирования компетенций, стимулирования учебной работы обучаемых и совершенствования методики освоения новых знаний. Он обеспечивается проведением семинаров, оцениванием контрольных заданий, проверкой конспектов лекций, выполнением индивидуальных и творческих заданий, периодическим опросом обучающихся на занятиях. Контролируемые разделы (темы) дисциплины, компетенции и оценочные средства представлены в таблице.

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины*	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Наименование оценочного средства**
1	Информационная политика органов государственной власти и управления. Государственная служба как открытая система.	ОПК-2; ПК-1, 2, 3	Реферативное изложение; Составление текстуального конспекта; составление списка литературы к теме; решение кейс-задачи.
2	Информация как основа деятельности пресс-служб.	ОПК-2; ПК-1, 2, 3	Реферативное изложение; подготовка сообщений и докладов.
3	Основные направления в работе с информацией российских пресс-служб. Аналитическая работа в пресс-службе.	ОПК-2; ПК-1, 2, 3	Подготовка сообщений и докладов; подготовка электронных

			презентаций; подготовка к участию в дискуссии.
4	Структура и принципы организации современной пресс-службы. Пресс-секретарь, функции.	ОПК-2; ПК-1, 2, 3	выполнение индивидуального творческого задания (письменный и устный отчёт).
5	Оперативные информационные документы в работе пресс-службы	ОПК-2; ПК-1, 2, 3	Подготовка электронных презентаций; подготовка к собеседованию.
6	Служебные и имиджевые документы, разрабатываемые пресс-службой.	ОПК-2; ПК-1, 2, 3	Реферативное изложение; подготовка сообщений и докладов; выполнение индивидуального проекта.
7	Формы и методы работы современной пресс-службы со СМИ, общественностью и политическими организациями. Коммуникативные аспекты связей с общественностью (PR). Практика организации и проведения аккредитации журналистов в РФ	ОПК-2; ПК-1, 2, 3	Реферативное изложение; подготовка электронных презентаций; подготовка сообщений и докладов.
8	Информационные компоненты в структуре интегрированных коммуникаций (реклама и PR)	ОПК-2; ПК-1, 2, 3	Подготовка сообщений и докладов; выполнение индивидуального проекта.
9	Основные направления работы ДИП МИД РФ. Пресс-служба администрации Президента России	ОПК-2; ПК-1, 2, 3	Реферативное изложение; подготовка сообщений и докладов; подготовка электронных презентаций; подготовка к коллоквиуму.
10	Основные функции и методы работы, пресс-служб администраций российских регионов.	ОПК-2; ПК-1, 2, 3	Выполнение индивидуального творческого задания, выполнение

			индивидуального проекта.
11	Правовые и этические аспекты деятельности пресс-службы.	ОПК-2; ПК-1, 2, 3	Решение кейс-задачи; реферативное изложение; подготовка сообщений.

Критерии и шкала оценивания доклада с предоставлением тезисов

Понимание проблемы, стремление разъяснить ее суть с научных позиций	2 балла
Умение интересно подать материал, наличие личностного отношения к нему	2 балла
Грамотность и логичность изложения материала.	1 балл
Предоставление тезисов заданного формата	1 балл
Максимальный балл	6 баллов

Критерии и шкала оценивания разработки проекта

Соответствие подобранных научных и методических материалов тематике проекта	2 балла
Актуальность, оригинальность и самостоятельность выбора темы проекта и полнота ее обоснования в пояснительной записке	2 балла
Полнота раскрытия авторской позиции и ее состоятельность	1 балл
Форма предоставления результатов проекта, в т.ч. с использованием ИКТ	2 балл
Общее восприятие проекта, его эмоциональное воздействие, убедительность фактического материала	1 балл
Максимальный балл	8 баллов

Критерии и шкала оценивания разработки кейс-задач

Кейс соответствует цели его создания, иллюстрирует несколько аспектов деятельности, актуален, представляет собой единый информационный комплекс, позволяющий понять описываемую ситуацию, включает набор вопросов, подталкивающих к решению поставленной проблемы.	2 балла
Самостоятельное и оригинальное осмысление материала; ясное и убедительное рассуждение; убедительный анализ. Умелая организация материала; использован широкий круг адекватных и современных публикаций; тщательно отобраны данные и источники. Кейс построен ясно, логично, оригинально и убедительно; удобен для анализа.	2 балла
Источники и ссылки используются достаточно, адекватно и убедительно. Выводы и заключения понятны и связаны с текстом	2 балла
Максимальный балл	6 баллов

Критерии и шкала оценивания разработки индивидуального творческого задания

Полнота раскрытия авторской позиции и ее состоятельность	2 балла
Общее восприятие задания, его эмоциональное воздействие,	2 балла

убедительность фактического материала	
Максимальный балл	4 балла

Критерии и шкала оценивания участия в опросе

Ясно изложена суть обсуждаемой темы	1 балл
Проявлена логика изложения материала	1 балл
Представлена аргументация	1 балл
Ответы на дополнительные вопросы верные, чёткие	2 балла
Максимальный балл	5 баллов

Критерии и шкала оценивания работы с текстом по обобщению, систематизации и структурированию учебной информации

Умение проводить смысловую группировку текста, выделять основополагающие идеи	2 балла
Умение создавать на основе выделенной в тексте информации схемы, таблицы, конспекты	2 балла
Умение высказывать оценочные суждения, свою точку зрения о прочитанном в тексте	1 балл
Максимальный балл	5 баллов

Критерии и шкала оценивания сообщения/реферата с предоставлением тезисов

Понимание проблемы, стремление разъяснить ее суть с научных позиций	2 балла
Умение интересно подать материал, наличие личностного отношения к нему	2 балла
Грамотность и логичность изложения материала.	1 балл
Предоставление тезисов заданного формата	1 балл
Максимальный балл	6 баллов

2.3. Критерии и шкалы оценивания результатов обучения при проведении промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация предназначена для определения уровня освоения всего объема учебной дисциплины. Для оценивания результатов обучения при проведении промежуточной аттестации используется двухбалльная шкала: «зачтено», «не зачтено».

Шкала оценивания	Критерии оценивания	Уровень освоения компетенций
«зачтено»	Обучающийся правильно ответил на 85% и более тестовых заданий. Правильно выполнил задания кейса. Ответил на все дополнительные вопросы	Эталонный
	Обучающийся правильно ответил на 70% и более тестовых заданий. С небольшими неточностями выполнил задания кейса. Ответил на большинство дополнительных вопросов	Стандартный
	Обучающийся правильно ответил на 60% и более тестовых заданий. С существенными неточностями	Пороговый

	выполнил задания кейса. Допустил много неточностей при ответе на дополнительные вопросы	
«не зачтено»	Обучающийся ответил менее, чем на 60% тестовых заданий. При выполнении заданий кейса продемонстрировал недостаточный уровень знаний и умений. При ответах на дополнительные вопросы было допущено множество неправильных ответов	Компетенции не сформированы

3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

3.1. Оценочные средства текущего контроля успеваемости

Рефераты и сообщения

- Информационная политика органов государственной власти и управления. Государственная служба как открытая система.
- Информация как основа деятельности пресс-служб.
- Основные направления в работе с информацией российских пресс-служб. Аналитическая работа в пресс-службе.
- Служебные и имиджевые документы, разрабатываемые пресс-службой.
- Формы и методы работы современной пресс-службы со СМИ, общественностью и политическими организациями. Коммуникативные аспекты связей с общественностью (PR). Практика организации и проведения аккредитации журналистов в РФ
- Информационные компоненты в структуре интегрированных коммуникаций (реклама и PR) Информационные компоненты в структуре интегрированных коммуникаций (реклама и PR)
- Основные направления работы ДИП МИД РФ. Пресс-служба администрации Президента России
- Правовые и этические аспекты деятельности пресс-службы.

Индивидуальное творческое задание

- Основные функции и методы работы, пресс-служб администраций российских регионов.
- Структура и принципы организации современной пресс-службы. Пресс-секретарь, функции.

Кейс задача

- Правовые и этические аспекты деятельности пресс-службы

Презентация

- Оперативные информационные документы в работе пресс-службы

3.2. Оценочные средства промежуточной аттестации

В данном разделе представляются теоретические вопросы (для оценки знаний), типовые контрольные задания (для оценки умений), типовые практические задания (для оценки навыков и (или) опыта деятельности).

Вопросы к зачету

1. Государственная информационная политика и ее роль в деятельности пресс-служб.
2. Государственная служба как открытая система.
3. Роль пресс-служб в повышении открытости государственного управления.
4. Государственная служба в России, необходимость реформирования и принципы реформирования.
5. Цели, задачи, функции пресс-службы.
6. Структуры и принципы организации современных пресс-служб, координация пресс-службы со структурными подразделениями органа государственной власти.
7. Управление СМИ и информацией: формирование собственного информационного потока, манипулирование информацией, сегментирование информационного потока.
8. Основные этапы контент-анализа и экспресс-анализа СМИ.
9. Мониторинг СМИ: цели и порядок организации.
10. Специфика деятельности пресс-секретаря в государственных, общественных и коммерческих структурах. Масштабы работы в федеральных и региональных органах власти.
11. Формы подачи информационно-новостных материалов. Пресс-конференция.
12. Организация и проведение презентации, пресс-тура. Медиакарта.
13. Материалы для распространения в процессе организации новостных событий.
14. Пресс-служба администрации Президента РФ. Структура, функции и задачи.
15. Современные требования к информационному обеспечению внешней политики. Основные направления работы ДИП МИД РФ.
16. Пресс-служба и процедура аккредитации.
17. Существующие процедуры аккредитации иностранных журналистов.
18. Формы и методы координации деятельности российских государственных пресс-служб.
- Роль Союза журналистов России.
19. Этические нормы российских журналистов.
20. Подготовка пресс-релизов. Аналитическая справка и бэкграундер.
21. Специфика подготовки интервью. Доклады и отчеты.
22. Пресс-службы администраций российских регионов. Социально-политические условия возникновения, местные условия функционирования.
23. Служебные и имиджевые документы разрабатываемые пресс-службой.
24. Эффективность печатного материала. Корпоративные издания, их цели.

4. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

4.1. Описание процедур проведения текущего контроля успеваемости студентов

Методические указания по решению ситуационных задач

В решении задачи формируется авторское понимание проблемы, основанные на анализе фактов существующих проблеме, на основании которых даются рекомендации по решению существующих проблем, выдвигается гипотеза с ее обоснованием.

Рекомендуется соблюдать следующую логическую последовательность:

- осмысление избранной проблемы для освещения в работе и формирование соответствующего замысла;

- поиск фактов на основании информационных и документальных источников;

- систематизация материала и выработка гипотезы проблемы и ее обоснование;

- выводы и рекомендации.

Методические указания устному сообщению с предоставлением тезисов

Индивидуальные творческие задания выдаются на практических занятиях, предшествующих изучению предлагаемой темы. Преподаватель знакомит студентов с критериями оценивания. Индивидуальные творческие задания должны быть выполнены к занятию по изучению предлагаемой темы и в соответствии с требованиями к оформлению (подготовка выступления с презентацией или подготовка устного сообщения и написание тезисов). Выполненное задание предьявляется студентом на занятии по изучению предлагаемой темы.

Методические указания по разработке творческого проекта

Преподаватель не менее, чем за неделю до срока разработки творческого проекта, доводит до сведения обучающихся предлагаемые темы проектов. На практическом занятии студенты распределяются по группам (4-6 человек) для выполнения задания. Преподаватель на занятии знакомит студентов с критериями оценивания. Разработанные и оформленные в соответствии с требованиями проекты в назначенный срок сдаются на проверку преподавателю

Методические рекомендации по подготовке мультимедийной презентации

Презентация – это устный доклад студента на определенную тематику, сопровождаемый мультимедийной компьютерной презентацией. Компьютерная презентация - мультимедийный инструмент, используемый в ходе докладов или сообщений для повышения выразительности выступления, более убедительной и наглядной иллюстрации описываемых фактов и явлений. Компьютерная презентация создается в программе Microsoft Power Point.

Особое внимание при подготовке презентации необходимо уделить тому, что центром внимания во время презентации должен стать сам докладчик и его речь, а не надписи на слайдах.

Студенту, опираясь на план выступления необходимо определить главные идеи, выводы, которые следует донести до слушателей, и на основании них составить компьютерную презентацию. Дополнительная информация, если таковая имеется, должна быть размещена в раздаточном материале или просто озвучена, но не включена в компьютерную презентацию.

После подборки информации студенту следует систематизировать материал по блокам, которые будут состоять из собственно текста, а также схем, графиков, таблиц, фотографий и т.д.

Элементами, дополняющими содержание презентации, являются:

- Иллюстративный ряд. Иллюстрации типа «картинка», фотоиллюстрации, схемы, картины, графики, таблицы, диаграммы, видеоролики.
- Звуковой ряд. Музыкальное или речевое сопровождение, звуковые эффекты.
- Анимационный ряд.
- Цветовая гамма. Общий тон и цветные заставки, иллюстрации, линии должны сочетаться между собой и не противоречить смыслу и настроению презентации.
- Шрифтовой ряд. Выбирать шрифты желательно, не увлекаясь их затейливостью и разнообразием. Чем больше разных шрифтов используется, тем труднее воспринимаются слайды. Однако надо продумать шрифтовые выделения, их подчиненность и логику. Стилль основного шрифта тоже важен. В любом случае выбранные шрифты должны легко восприниматься на первый взгляд.
- Специальные эффекты. Важно, чтобы в презентации они не отвлекали внимание на себя, а лишь усиливали главное.

Правило хорошей визуализации информации заключается в тезисе: "Схема, рисунок, график, таблица, текст".

Правила организации материала в презентации:

- Главную информацию — в начало.
- Тезис слайда — в заголовок.
- Анимация — метод передачи информации, с помощью которого можно привлечь и удержать внимание слушателей.

Компьютерная презентация должна состоять не более чем из 10-15 слайдов.

4.2. Описание процедур проведения промежуточной аттестации

Зачет

При определении уровня достижений обучающихся на зачете учитывается:

- знание программного материала дисциплины;
- знания, необходимые для решения типовых заданий, умение выполнять предусмотренные программой типовые задания;
- владение методологией дисциплины, умение применять теоретические знания в нестандартных ситуациях при решении творческих заданий, обосновывать свои действия.

Проведение промежуточной аттестации в форме зачета позволяет сформировать индивидуальный балл студента по дисциплине по результатам текущего контроля, реализуемого в форме балльно-рейтинговой системы оценивания, т.к. оценочные средства, используемые при текущем контроле, позволяют оценить знания, умения и владения навыками/опытом деятельности обучающихся при освоении дисциплины. Преподаватель высчитывает индивидуальный балл как сумму баллов текущего и итогового контроля.

A	10	94-100	зачтено
A-	9	90-94	
B+	8	85-89	
B	7	80-84	
B-	6	75-79	
C+	5	70-74	
C	4	65-69	
C-	3	60-64	
D	2	55-59	
F	1	50-54	не зачтено
F	0	0-49	

Если оценка уровня сформированности компетенций обучающегося не соответствует критериям получения зачета на основе балльно-рейтинговой системы оценивания, то обучающийся сдает зачет, который проводится в форме собеседования по перечню теоретических вопросов, выполнения итогового теста. Перечень теоретических вопросов и типовых тестовых контрольных заданий обучающиеся получают в начале семестра.