


МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Вятский государственный университет»
(ВятГУ)

Колледж ВятГУ

УТВЕРЖДАЮ
Директор колледжа
 Вахрушева Л.В.
31.08.2023 г.
рег. №3-42.02.01.51_2023_0011

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ
АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

«Психология рекламы»

для специальности

42.02.01. Реклама

Форма обучения
очная

2023 г.

Фонд оценочных средств учебной дисциплины «Психология рекламы» разработан на основе федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01. Реклама.

Разработчик: Федяева Анна Филипповна, доцент кафедры журналистики и интегрированных коммуникаций ВятГУ

Рассмотрено и рекомендовано ЦК гуманитарных дисциплин, протокол № 1 от 31.08.2023 г

председатель ЦК _____ / Гниенко А.А.
подпись ФИО

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

1. Общие положения

Формы и процедуры промежуточной аттестации по дисциплине разрабатываются преподавателями и доводятся до сведения обучающихся в течение первых двух месяцев от начала обучения.

Промежуточный контроль по учебной дисциплине осуществляется в форме дифференцированного зачета

Виды заданий промежуточной аттестации: практическое задание.

2. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения

2.1. Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета

Цель процедуры:

Целью промежуточной аттестации по междисциплинарному курсу является оценка уровня усвоения обучающимися знаний и освоения умений в результате изучения дисциплины.

Субъекты, на которые направлена процедура:

Процедура оценивания должна охватывать всех без исключения обучающихся, осваивающих дисциплину. В случае, если обучающийся не проходил процедуру без уважительных причин, то он считается имеющим академическую задолженность.

Период проведения процедуры:

Процедура оценивания проводится по окончании изучения дисциплины в период промежуточной аттестации, в соответствии с календарным учебным графиком.

Требования к помещениям материально-техническим средствам для проведения процедуры:

Требования к кабинету для проведения процедуры и необходимости специализированных материально-технических средств определяются преподавателем, ведущим дисциплины.

Требования к кадровому обеспечению проведения процедуры:

Процедуру проводит преподаватель, ведущий дисциплины.

Требования к фонду оценочных средств:

До начала проведения процедуры преподавателем разрабатывается фонд оценочных средств для оценки знаний и умений, который включает примерные вопросы открытого типа, задачи, из перечня которых формируются варианты заданий. Варианты заданий рассматриваются на соответствующих цикловых комиссиях и утверждаются заместителем директора колледжа по учебной работе. Количество вопросов в варианте определяется преподавателем самостоятельно в зависимости от вида заданий.

Описание проведения процедуры:

Каждый обучающийся должен в меру имеющихся знаний и умений выполнить предложенные задания в установленное преподавателем время. При этом продолжительность проведения процедуры не должна превышать двух академических часов. Контрольная работа выполняется в письменной форме, как правило, в течение одного академического часа и сдается на проверку преподавателю.

Шкалы оценки результатов проведения процедуры:

Результаты проведения дифференцированного зачета оцениваются преподавателем с применением четырехбалльной шкалы в соответствии с критериями оценки.

3. Контроль и оценка образовательных результатов

Для контроля и оценки образовательных результатов по учебной дисциплине разрабатываются фонды оценочных средств, которые позволяют оценить все предусмотренные рабочей программой умения и знания.

3.1. Показатели оценки образовательных результатов

Образовательные результаты (знания, умения)	Показатели оценки результата
Знать содержание профессиональных функций в области психологии рекламы	Описывает специфику, задачи психологии рекламы Знает основные функции рекламы и психологические особенности воздействия на потребителя различных видов рекламы
Знать методологические основы психологии рекламы, историю становления науки	Подбирает информацию, критически ее оценивает, систематизирует знания, проводит поиск и оценку информации.
Знать психологические особенности воздействия рекламы на потребителя	Использует справочную нормативную, правовую документацию.
Знать когнитивный, эмоциональный и поведенческий аспекты рекламного воздействия	Владеет терминами, понятиями, методами, приемами профессиональной деятельности в ходе реализации и описания (презентации, защиты) докладов, рефератов, эссе и презентаций
Уметь анализировать наиболее значимые явления, сыгравшие важную роль в становлении и развитии психологии рекламы	Формулирует цели, задачи психологии рекламы Выносит на обсуждение актуальность и новизну современных методов, приемов и способов рекламного воздействия
Уметь использовать специальную терминологию, употребляющуюся в профессиональной среде	Выбирает и обосновывает специальную терминологию, употребляющуюся в современной среде.
Уметь использовать адекватные методы исследования поведенческого поведения, мотивов совершения покупки	Умеет под контролем, самостоятельно или в команде использовать, адекватные методы исследования поведенческого поведения, мотивов совершения покупки, принимает участие в разработке опросников и анкет
Уметь применять навыки психологического анализа рекламы в профессиональной деятельности	Применяет профессиональные знания – терминологию, понятийный аппарат, методологию – в профессиональной деятельности.

3.2. Перечень вопросов для контроля знаниевых образовательных результатов

Проверяемые образовательные результаты (знания)	Примерные вопросы для контроля в соответствии с уровнем освоения
содержание профессиональных функций в области психологии рекламы	Основная цель и задачи психологии рекламы. Роль рекламы в современном обществе Определение понятия «реклама» Определение понятия «психология рекламы» Основные цели рекламы, их характеристика с помощью рекламной пирамиды Определение основных функций и задач рекламы.
методологические основы психологии рекламы, историю становления науки	Развитие рекламы в рамках различных психологических направлений Методологические традиции организации научно-практических исследований и прикладных разработок в области рекламы
психологические особенности воздействия рекламы на потребителя	Социально—правовые аспекты рекламной деятельности Государственное регулирование в области рекламы, основной документ.

	<p>Виды рекламы: коммерческая, политическая и социальная реклама.</p> <p>Определение понятия «мотив»</p> <p>Иерархия потребностей покупателей</p> <p>Суть психологического механизма покупки, пять основных стадий принятия решения о покупке, общая схема процесса мотивации.</p> <p>Социально-психологическая установка (аттитюд) и её характеристика</p> <p>Психологические типы потребителей рекламы.</p>
<p>когнитивный, эмоциональный и поведенческий аспекты рекламного воздействия.</p>	<p>Классификация, основанная на особенностях рекламного воздействия, его средств и степени.</p> <p>Когнитивный аспект рекламного воздействия.</p> <p>Эмоциональный (аффективный) компонент</p> <p>Поведенческий механизм</p> <p>Элементы рекламы, влияющие на возникновение фантомности.</p>

3.2.1. Перечень заданий для контроля умениевых образовательных результатов

Проверяемые образовательные результаты (умения)	Примерные практические задания для контроля в соответствии с уровнем освоения
<p>анализировать наиболее значимые явления, сыгравшие важную роль в становлении и развитии психологии рекламы</p>	<p>В форме схемы, интеллект-карты, опорного конспекта и т.п. форм опишите сущность и взаимосвязь методов исследования.</p> <p>Проведите критический отбор источников получения информации.</p> <p>Составьте реферат или аннотацию по теме лекции/раздела.</p>
<p>использовать специальную терминологию, употребляющуюся в профессиональной среде</p>	<p>Создайте презентацию и текст в соответствии с изученным материалом.</p> <p>Подготовьте презентацию доклада с использованием различных форматов, техник, приемов. Оцените их эффективность и ситуации, в которых они могут быть выбраны</p> <p>Сформулируйте требования к эффективному психологическому рекламному воздействию и проанализируйте на их основе существующий отечественный и зарубежный опыт.</p>
<p>использовать адекватные методы исследования поведенческого поведения, мотивов совершения покупки</p>	<p>систематизация знаний, поиск и оценка адекватных методов исследования поведенческого поведения, мотивов совершения покупки</p>
<p>применять навыки психологического анализа рекламы в профессиональной деятельности</p>	<p>Выберите рекламный ролик, проанализируйте, к какому виду он относится, используя знания, полученные при изучении их классификаций.</p>

3.2.2. Критерии оценки образовательных результатов

1. Шкала оценки развернутых письменных заданий открытого типа

Критерии	Качественная оценка образовательных результатов.	
	балл (отметка)	вербальный аналог
Содержание и полнота письменного ответа полностью соответствует заданию. Информация систематизирована и обработана в соответствии с заданием. Логическая связь между отдельными частями текста присутствует, текст грамотно разделен на абзацы. Использованы термины и определения.	5	отлично
В содержании письменного ответа имеются отдельные незначительные неточности. Информация систематизирована в соответствии с заданием. Логическая связь между отдельными частями текста присутствует, текст разделен на абзацы. Использованы термины и определения.	4	хорошо
В содержании письменного ответа имеются недостатки в передаче информации. Задание выполнено не полностью. Логическая связь отсутствует. Деление текста на абзацы непоследовательно. Имеются ошибки в использовании терминов и определений.	3	удовлетворительно
Содержание письменного ответа не соответствует заданию. Отсутствует логика изложения. Не использованы термины и определения	2	неудовлетворительно

2. Шкала оценки устных ответов

Критерии	Качественная оценка образовательных результатов.	
	балл (отметка)	вербальный аналог
Тема раскрыта в полном объеме, высказывания связные и логичные, использована научная или профессиональная лексика, приведены аргументы или примеры, сделаны выводы. Ответы на вопросы даны в полном объеме или вопросы отсутствуют.	5	отлично
Тема раскрыта не в полном объеме, высказывания в основном связные и логичные, в основном использована научная или профессиональная лексика, приведены аргументы или примеры, сделаны выводы. Ответы на вопросы сигнализируют о наличии проблемы в понимании темы.	4	хорошо

Тема раскрыта недостаточно, высказывания несвязные и нелогичные. Научная или профессиональная лексика не использована, аргументы или примеры не приведены, выводы отсутствуют. Ответы на вопросы в значительной степени зависят от помощи со стороны преподавателя.	3	удовлетворительно
Тема не раскрыта. Логика изложения, аргументы, примеры, выводы и ответы на вопросы отсутствуют.	2	неудовлетворительно

3. Шкала оценки в соответствии с эталоном

Критерии	Качественная оценка образовательных результатов.	
	балл (отметка)	вербальный аналог
Задание выполнено в соответствии с критериями качества: соблюден формат представления результатов задания, результат (продукт) разработан и/или представлен	5	отлично
В выполненном задании допущен один-два недочета и (или) одна ошибка	4	хорошо
В выполненном задании допущено несколько недочётов и более одной ошибки	3	удовлетворительно
Выполненное задание не соответствует формату и содержанию работы	2	неудовлетворительно