

Компонент ОПОП 39.03.03 Организация работы с молодежью
направленность (профиль) Технологии реализации молодежной политики

Б1.В.01.03
шифр дисциплины

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Дисциплины
(модуля)

Связи с общественностью в работе с молодёжью

Разработчик (и):
Тегалева Т.Д.,
ст. преподаватель
кафедры ФиСН

Утверждено на заседании кафедры
философии и социальных наук
протокол № 10 от 12.03.2024

Заведующий кафедрой



Жигунова Г.В.

1. Критерии и средства оценивания компетенций и индикаторов их достижения, формируемых дисциплиной (модулем)

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора(ов) достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине (модулю)			Оценочные средства текущего контроля	Оценочные средства промежуточной аттестации
		<i>Знать</i>	<i>Уметь</i>	<i>Владеть</i>		
УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	<p>ИД-1УК-4 Использует различные формы, виды устной и письменной деловой коммуникации на государственном языке Российской Федерации</p> <p>ИД-2 УК-4 Осуществляет коммуникацию, основываясь на системе норм изучаемого иностранного языка, используя коммуникативно приемлемый стиль в соответствии с целью и ситуацией общения</p> <p>ИД-3 УК-4 Выполняет для личных целей перевод официальных и профессиональных текстов с иностранного языка на русский, с русского языка на иностранный</p>	<p>- основные понятия и концептуальный аппарат связей с общественностью и современные тенденции развития ИТ-технологий в сфере работы с молодёжью;</p> <p>- основы деловой коммуникации в устной и письменной формах (на русском и иностранном языках);</p> <p>-приемлемые стили делового общения, вербальные и невербальные средства взаимодействия;</p> <p>- основы ведения устных деловых разговоров на государственном</p>	<p>- выбирать приемлемые стили делового общения, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами;</p> <p>-вести деловую переписку, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в формате корреспонденции на государственном и иностранном (-ых) языках;</p> <p>- выполнять перевод профессиональных (в т.ч. деловых) текстов с иностранного языка на государственный язык Российской Федерации и с государственного языка</p>	<p>- навыками деловой коммуникации в устной и письменной формах (на русском и иностранном языках);</p> <p>- способами применения стилей делового общения, вербальных и невербальных средств взаимодействия;</p> <p>- навыками делового общения (публичные выступления, переговоры, проведение совещаний, деловая переписка, электронные коммуникации и т.д.) в сфере работы с молодёжью (на государственном и иностранных)</p>	тестовые задания, темы сообщений докладов	результаты текущего контроля

				языках.		
ПК-3. Способен к организации различных форм мероприятий в сфере молодежной политики	<p>ИД-1ПК-3 Разрабатывает планы и программы по организации мероприятий в сфере молодежной политики.</p> <p>ИД-2ПК-3 Разрабатывает порядок оказания социальных услуг и услуг по организации мероприятий в сфере молодежной политики.</p> <p>ИД-3ПК-3 Применяет современные форматы и методы работы с молодежью при проведении мероприятий в сфере молодежной политики.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - основы планирования и разработки программ по организации мероприятий в сфере молодежной политики; - порядок оказания социальных услуг и услуг по организации мероприятий в сфере молодежной политики; - современные форматы и методы работы с молодежью при проведении мероприятий в сфере молодежной политики. 	<ul style="list-style-type: none"> - планировать и разрабатывать современные программы по организации мероприятий в сфере молодежной политики; - применять порядок оказания социальных услуг и услуг по организации мероприятий в сфере молодежной политики; - использовать современные форматы и методы работы с молодежью при проведении мероприятий в сфере молодежной политики. 	<ul style="list-style-type: none"> - навыками планирования и разработки программ по организации мероприятий в сфере молодежной политики; - технологиями оказания социальных услуг и услуг по организации мероприятий в сфере молодежной политики; - способностью использовать инновационные организационные и управленческие технологии в работе с молодежью. 	тестовые задания, темы сообщений докладов	результаты текущего контроля
ПК-4. Способен к сбору, обработке и анализу информации, проведению	ИД-1ПК-4 Систематизирует и анализирует информацию о состоянии сферы молодежной политики и реализации услуг (работ) по организации мероприятий в сфере молодежной политики.	<ul style="list-style-type: none"> - методы сбора информации о состоянии сферы молодежной политики и реализации услуг 	<ul style="list-style-type: none"> - проводить социологические исследования с целью анализа и самоанализа качества организации мероприятий в сфере 	<ul style="list-style-type: none"> - социологическими методами сбора, обработки и анализа информации; - формами подготовки отчетной 	тестовые задания, темы сообщений докладов	результаты текущего контроля

<p>информационных кампаний в сфере молодежной политики</p>	<p>ИД-2ПК-4 Проводит анализ и самоанализ качества организации мероприятий в сфере молодежной политики. ИД-3ПК-4 Готовит аналитическую и другую отчетную информацию о сфере молодежной политики. ИД-4ПК-4 Разрабатывает информационно-рекламные материалы, презентации мероприятий в сфере молодежной политики. ИД-5ПК-4 Организует взаимодействие со средствами массовой информации и коммуникации по вопросам освещения мероприятий в сфере молодежной политики.</p>	<p>(работ) по организации мероприятий в сфере молодежной политики; - способы проведения анализа и самоанализа качества организации мероприятий в сфере молодежной политики; - формы подготовки аналитической и другой отчетной информации о сфере молодежной политики. - технологии разработки и создания информационно-рекламных материалов, презентаций мероприятий в сфере молодежной политики.</p>	<p>молодежной политики; - готовить различные формы отчетной информации; - применять технологии разработки и создания информационно-рекламных материалов, презентаций мероприятий; - организовывать и проводить PR-акций, пресс-конференции, презентации, ориентированные на эффективную реализацию технологий связей с общественностью в работе с молодежью.</p>	<p>информации; - технологиями разработки и создания информационно-рекламных материалов, презентаций мероприятий.</p>		
--	--	---	---	---	--	--

2. Оценка уровня сформированности компетенций (индикаторов их достижения)

Показатели оценивания компетенций (индикаторов их достижения)	Шкала и критерии оценки уровня сформированности компетенций (индикаторов их достижения)			
	Ниже порогового («неудовлетворительно»)	Пороговый («удовлетворительно»)	Продвинутый («хорошо»)	Высокий («отлично»)

Полнота знаний	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки.	Минимально допустимый уровень знаний. Допущены не грубые ошибки.	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущены некоторые погрешности.	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки.
Наличие умений	При выполнении стандартных заданий не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки.	Продемонстрированы основные умения. Выполнены типовые задания с не грубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме (отсутствуют пояснения, неполные выводы)	Продемонстрированы все основные умения. Выполнены все основные задания с некоторыми погрешностями. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Продемонстрированы все основные умения. Выполнены все основные и дополнительные задания без ошибок и погрешностей. Задания выполнены в полном объеме без недочетов.
Наличие навыков (владение опытом)	При выполнении стандартных заданий не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки.	Имеется минимальный набор навыков для выполнения стандартных заданий с некоторыми недочетами.	Продемонстрированы базовые навыки при выполнении стандартных заданий с некоторыми недочетами.	Продемонстрированы все основные умения. Выполнены все основные и дополнительные задания без ошибок и погрешностей. Продемонстрирован творческий подход к решению нестандартных задач.
Характеристика сформированности компетенции	Компетенции фактически не сформированы. Имеющихся знаний, умений, навыков недостаточно для решения практических (профессиональных) задач. ИЛИ Зачетное количество баллов не набрано согласно установленному диапазону	Сформированность компетенций соответствует минимальным требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков в целом достаточно для решения практических (профессиональных) задач. ИЛИ Набрано зачетное количество баллов согласно установленному диапазону	Сформированность компетенций в целом соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков достаточно для решения стандартных профессиональных задач. ИЛИ Набрано зачетное количество баллов согласно установленному диапазону	Сформированность компетенций полностью соответствует требованиям. Имеющихся знаний, умений, навыков в полной мере достаточно для решения сложных, в том числе нестандартных, профессиональных задач. ИЛИ Набрано зачетное количество баллов согласно установленному диапазону

3. Критерии и шкала оценивания заданий текущего контроля

3.1 Критерии и шкала оценивания доклада /информационного сообщения

Тематика докладов, информационных сообщений по дисциплине (модулю), требования к структуре, содержанию и оформлению изложены в методических материалах по освоению дисциплины (модуля), представлены в электронном курсе в ЭИОС МАУ.

В ФОС включены примерные темы докладов/информационных сообщений:

1. Исторические корни и социальные причины возникновения связей с общественностью как профессии и бизнеса.
2. Международные и национальные профессиональные объединения специалистов по связям с общественностью и смежных специальностей в России и за рубежом.
3. Крупнейшие международные и национальные Пр-агентства: состав, услуги, тенденции эволюции.
4. Правовое регулирование в области связей с общественностью.
5. Рынок ПР-услуг в Российской Федерации, их значение в работе с молодёжью.
6. Связи с общественностью в современных организациях, их роль в работе с молодёжью.
7. Служба по связям с общественностью в социокультурной сфере и в работе с молодёжью.
8. Журналистский корпус как ключевая аудитория связей с общественностью.
9. Телекоммуникационные и компьютерные технологии в связях с общественностью в работе с молодёжью.
10. Коммуникация и ее разновидности, их характеристика.
11. Место и роль исследований в связях с общественностью в работе с молодёжью.
12. Законодательное регулирование работы средств массовой информации.

Оценка/баллы	Критерии оценки
<i>Отлично</i>	Ориентированность в материале, полные и аргументированные ответы на дополнительные вопросы. Материал изложен логически последовательно, присутствуют самостоятельные выводы, используется материал из дополнительных источников, интернет ресурсов. Сообщение носит исследовательский характер. Используется наглядный материал (презентация).
<i>Хорошо</i>	Ориентированность в материале, но присутствуют некоторые затруднения в ответах на дополнительные вопросы. Отсутствует исследовательский компонент в сообщении. Отсутствует наглядный материал (презентация).
<i>Удовлетворительно</i>	Трудности в подборе материала, его структурировании. Использована, в основном, учебная литература, не использованы дополнительные источники информации. Трудности в ответе на дополнительные вопросы по теме сообщения, формулировке выводов. Материал изложен не последовательно, не установлены логические связи.
<i>Неудовлетворительно</i>	Доклад, информационное сообщение подготовлено по одному источнику информации либо не соответствует теме. ИЛИ Доклад, информационное сообщение не подготовлено.

3.2 Критерии и шкала оценивания мультимедийной презентации

Требования к структуре, содержанию и оформлению представлены в методических материалах по освоению дисциплины (модуля) и в электронном курсе в ЭИОС МАУ.

Оценка/баллы	Критерии оценки
<i>Отлично</i>	Презентация соответствует теме самостоятельной работы. Оформлен титульный слайд с заголовком. Сформулированная тема ясно изложена и структурирована, использованы графические изображения (фотографии, картинки и т.п.), соответствующие теме, выдержан стиль, цветовая гамма, использована анимация, звук. Логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению. Работа оформлена и предоставлена в установленный срок.
<i>Хорошо</i>	Презентация соответствует теме самостоятельной работы. Имеются неточности в изложении материала. Отсутствует логическая последовательность в суждениях. Не выдержан объём презентации, имеются упущения в оформлении. На дополнительные вопросы при защите даны неполные ответы. Работа оформлена и предоставлена в установленный срок.
<i>Удовлетворительно</i>	Презентация соответствует теме самостоятельной работы. Сформулированная тема изложена и структурирована не в полном объеме. Не использованы графические изображения (фотографии, картинки и т.п.), соответствующие теме. Присутствуют существенные отступления от требований к составлению презентации. Допущены фактические ошибки в содержании или при ответе на дополнительные вопросы.
<i>Неудовлетворительно</i>	Работа не выполнена или не соответствует теме самостоятельной работы.

3.3 Критерии и шкала оценивания заданий деловой игры.

Рекомендации по выполнению заданий деловой игры по дисциплине (модулю) изложены в методических материалах по освоению дисциплины (модуля), представлены в электронном курсе в ЭИОС МАУ.

В ФОС включено типовое задание деловой игры:

- групповая дискуссия на тему «Современные связи с общественностью в работе с молодёжью»;
- ролевая игра на тему «Молодёжные средства массовой информации».

Оценка/баллы	Критерии оценки
<i>Отлично</i>	Задание выполнено полностью и правильно. Отчет по выполненной работе подготовлен качественно в соответствии с требованиями. Полнота ответов на вопросы преподавателя при защите работы.
<i>Хорошо</i>	Задание выполнено полностью, но нет достаточного обоснования или при верном решении допущена незначительная ошибка, не

	влияющая на правильную последовательность рассуждений. Все требования, предъявляемые к работе, выполнены.
Удовлетворительно	Задания выполнены частично с ошибками. Демонстрирует средний уровень выполнения задания. Большинство требований, предъявляемых к заданию, выполнены.
Неудовлетворительно	Задание не выполнено.

3.4 Критерии и шкала оценивания тестирования

Перечень тестовых вопросов и заданий, описание процедуры тестирования представлены в методических материалах по освоению дисциплины (модуля) и в электронном курсе в ЭИОС МАУ.

В ФОС включен типовой вариант тестового задания:

Ниже приводятся определения важнейших терминов по данной теме. Выберите правильное определение для каждого термина из списка:

Вариант 1

Внимательно прочтите вопрос и все варианты ответа на него. Затем обведите кружком номера ответов, которые являются, по Вашему мнению, правильными.

1. Определение понятия «общественность — это активное социальное образование, в определенный момент объединяющее всех тех, перед кем встает общая проблема, чтобы вместе искать пути ее разрешения» предложил:
 - а) О. Конт
 - б) Д. Дьюи
 - в) Ф. Дистервег
 - г) К. Маркс
2. PR- деятельность отличается от сферы журналистики:
 - а) созданием события
 - б) поддержкой престижа
 - в) участием в событии
 - г) игнорированием события
3. В отличие от рекламы PR ориентирована:
 - а) на конкретный результат
 - б) на построение долговременных отношений между (предприятием (организацией, иным субъектом) и общественностью
 - в) на платное использование печатных площадей и эфирного времени
 - г) на открытые отношения между продавцом и покупателем услуги
4. Основная цель PR заключается:
 - а) в передаче информации
 - б) в социальной информации
 - в) в изменении общественного мнения
 - г) создание благоприятных условий для успешного функционирования внешней и внутренней среды
5. Выберите правильные ответы. Легче проходит фильтры массового сознания:
 - а) печатная коммуникация
 - б) визуальная коммуникация
 - в) событийная коммуникация
 - г) речевая коммуникация
6. Для утверждения собственной точки зрения политик использует способ:
 - а) утверждения
 - б) доказательства

- в) убеждения
 г) аргументации
7. Символический образ объекта на результатах обработки информации:
 а) персоне
 б) идол
 в) имидж
 г) вождь
8. Демонстрирующей агрессивность и силу имиджа является характеристика:
 а) коммуникативная
 б) профессиональная
 в) социальная
 г) биологическая
9. Объектом воздействия государственной сферы PR является:
 а) общество
 б) социальная группа
 в) гражданин
 г) партия
10. Международная ассоциация связей с общественностью была образована в Лондоне:
 а) в 1923 г.
 б) в 1946 г.
 в) в 1955 г.
 г) в 1992 г.

Ключ: 1 - б; 2- а, б; 3 -б; 4 - г; 5- б, в; 6 -г; 7- в; 8 - г; 9 -а; 10 - в.

Вариант 2

Ниже приводятся определения важнейших терминов по данной теме. Выберите правильное определение для каждого термина из списка:

1. Американская ассоциация PR	13. Презентация
2. Брифинг	14. Продвижение (промоушн)
3. Выборка	15. Пресс-релиз
4. Директ-мейл	16. Пресс-конференция
5. Интерактивность	17. Презентация
6. Коммуникационная работа	18. Реклама
7. Коммуникационный аудит	19. Спичрайтер
8. Коннотации (надстроечные сообщения)	20. Фанд-рейзинг от английского fund raising
9. Копирайтер	21. Фасилитация
10. Медиация	22. Модель пресс-агента
11. Ораторское искусство	23. Черный PR
12. Паблсити	

Ключ:

№ вопроса	Определение понятия
6	функция чаще всего связанная с паблик рилейшнз, охватывающая информирование внешних групп общественности о компании и ее деятельности с помощью различных средств коммуникации
11	искусство публичных выступлений
13	форма выдачи информации может быть также названа «пресс-конференцией плюс», поскольку соответствующая часть (сбор журналистов и ознакомление их с некоторыми сведениями) присутствует на любой презентации. Иначе говоря, презентация – это цепь накладывающихся друг на друга событий, а именно: 1) приглашение и встреча, 2) пресс-конференционная часть, 3) презентационная часть, 4) неформальное общение, 5) сопровождение (дополнение) общения, 6) прощание

2	форма распространения информации
12	это информация из независимого источника, используемая средствами информации потому, что она имеет ценность новости. Это неконтролируемый метод размещения сообщений в средствах информации, поскольку источник сообщения ничего не платит прессе за размещение
3	это отобранная группа единиц опроса, призванная репрезентовать т.н. генеральную совокупность людей (объект исследования), мнение которых стремится узнать исследователь
4	(прямая рассылка) – способ распространения информации, основанный на обращении непосредственно к конечному ее потребителю
15	один из распространенных способов передачи информации в СМИ
5	открытый диалог в эфире между слушателями, ведущим и гостями студии
14	это функция публик рилейшнз, предусматривающая специальные усилия (активность или организованные события), рассчитанные на формирование и стимулирование интереса к личности, товару, организации или направлению деятельности
9	автор, придумывающий рекламную и PR- стратегию и основную тему рекламы или PR- сообщения, включая все ее текстуальные составляющие – сценарий, слоган, подписи к плакатам и пр.
18	платный способ распространения информации о компании, товаре, персоне
17	«визуализированная» пресс-конференция с представлением чего-либо нового
1	организация специалистов в области PR, созданная в 1948 г.
16	встреча журналистов с представителями организаторов
20	сбор средств. Тесно связанное со спонсорингом это понятие означает целенаправленный систематический поиск спонсорских (или иных) средств для осуществления тех или иных проектов (программ, акций) и / или поддержки тех или иных институтов. Может осуществляться в виде бизнеса, благотворительной и спонсорской деятельности
7	осуществляется с целью осмысления несогласованностей, возникающих при коммуникации между руководством организации и целевыми группами общественности
19	человек, готовящий рукопись речи. Спонсоринг – от английского sponsor и sponsorship. В развернутом смысле спонсоринг представляет собой подбор или организацию события (или иного объекта спонсирования), ведение и контроль события, а также ведение и / или контроль PR и рекламной кампании, гарантию осуществления проекта с учетом интересов спонсора
21	представляет собой процесс, где специалист, приемлемый для всех членов группы, нейтральный и не имеющий права принимать решение (фасилитатор), помогает группе улучшить способы идентификации проблем и принятия решения за счет организации конструктивной совместной деятельности
22	односторонняя модель, имеющая чисто пропагандистские цели
23	это нарушение правил предвыборной агитации, распространение в СМИ лживой информации, порочащей честь и достоинство кандидатов в диспутов, роспуск лживых слухов и др.
8	мысли и образы, который получатель надстраивает над полученным сообщением, тем самым делая его своим
10	– это процедура прогрессивного вмешательства в конфликт, в ходе которой его участники с помощью нейтрального посредника (медиатора) планомерно выявляют проблемы и пути их решения, ищут альтернативы и пытаются достичь приемлемого соглашения, которое соответствовало бы их интересам

Оценка/баллы	Критерии оценки
<i>Отлично</i>	90-100 % правильных ответов
<i>Хорошо</i>	70-89 % правильных ответов
<i>Удовлетворительно</i>	50-69 % правильных ответов

Неудовлетворительно	49% и меньше правильных ответов
----------------------------	---------------------------------

3.5 Критерии и шкала оценивания посещаемости занятий

Посещение занятий обучающимися определяется в процентном соотношении

Баллы	Критерии оценки
20	посещаемость 91 - 100 %
15	посещаемость 75 - 90 %
10	посещаемость 65 - 74 %
5	посещаемость 50 - 64 %
0	посещаемость 49% и меньше

4. Критерии и шкала оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю) при проведении промежуточной аттестации

Критерии и шкала оценивания результатов освоения дисциплины (модуля) с экзаменом

Для дисциплин (модулей), заканчивающихся экзаменом, результат промежуточной аттестации складывается из баллов, набранных в ходе текущего контроля и при проведении экзамена:

В ФОС включен список вопросов и заданий к экзамену и типовой вариант экзаменационного билета:

1. Возникновение и развитие связей с общественностью как отрасли научного и практического знания.
2. Роль связей с общественностью в работе с молодёжью.
3. Связи с общественностью за рубежом: история и современность.
4. Связи с общественностью в России: история и современность.
5. Сферы применения знаний и умений специалиста по связям с общественностью в работе с молодёжью.
6. Профессиональные требования к специалисту по связям с общественностью.
7. Связи с общественностью в системе менеджмента социальной работы.
8. Особенности массовой коммуникации, её значение в социальной работе.
9. Основные теории коммуникации, их характеристика.
10. Общественное мнение: природа, структура, механизмы формирования.
11. Типовые работы ПР-служб, их характеристика.
12. Основные объекты ПР-деятельности в социальной сфере.
13. Профессиональные ПР-издания, их роль в социальной рекламе.
14. Российское законодательство о защите прав потребителей.
15. Профессиональная этика в связях с общественностью и рекламе.
16. Основные организационные ПР-структуры.
17. Связи с общественностью в системе государственной власти.
18. Современная пресс-служба в молодёжной организации, структура и функции.
19. Пресс-секретарь: место, функции, обязанности.
20. Типовой отдел по связям с общественностью.
21. Организация и планирование работы ПР-отдела.
22. Подготовка ПР-программы: цели, аудитория, коммуникативное обеспечение.
23. СМИ как канал выхода на различные аудитории в социальной работе.

24. Принцип и формы взаимоотношений ПР-служб с различными СМИ.
25. Особенности ПР-работы с телевидением.
26. Особенности ПР-работы с радио.
27. Особенности ПР-работы в интернете.
28. Подготовка ПР-материалов для СМИ.
29. Социальная реклама, основные функции, виды социальной рекламы.
30. Информационные ПР-документы.
31. Работа ПР-служб с местной общественностью.
32. Пресс-конференция как ПР-мероприятие.
33. Презентация как ПР-мероприятие.
34. Ярмарки и выставки как ПР-мероприятия.
35. Приемы и дни открытых дверей как ПР-мероприятия.
36. Кино- и фотосредства в связях с общественностью.
37. Классификация и характеристика исследований в связях с общественностью в работе с молодежью.
38. Психология массовой коммуникации

Типовой билет включает в себя 2 вопроса:

1. Роль связей с общественностью в работе с молодежью.
2. Формы осуществления социальной деятельности молодежными и детскими общественными объединениями: социальный фандрайзинг.

Оценка	Критерии оценки ответа на экзамене
<i>Отлично</i>	Обучающийся глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, не затрудняется с ответом при видоизменении вопроса. Владеет специальной терминологией, демонстрирует общую эрудицию в предметной области, использует при ответе ссылки на материал специализированных источников, в том числе на Интернет-ресурсы.
<i>Хорошо</i>	Обучающийся твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, владеет специальной терминологией на достаточном уровне; могут возникнуть затруднения при ответе на уточняющие вопросы по рассматриваемой теме; в целом демонстрирует общую эрудицию в предметной области.
<i>Удовлетворительно</i>	Обучающийся имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, плохо владеет специальной терминологией, допускает существенные ошибки при ответе, недостаточно ориентируется в источниках специализированных знаний.
<i>Неудовлетворительно</i>	Обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, не владеет специальной терминологией, не ориентируется в источниках специализированных знаний. Нет ответа на поставленный вопрос.

Оценка, полученная на экзамене, переводится в баллы («5» - 20 баллов, «4» - 15 баллов, «3» - 10 баллов) и суммируется с баллами, набранными в ходе текущего контроля.

Итоговая оценка по дисциплине	Суммарные баллы по	Критерии оценивания
-------------------------------	--------------------	---------------------

(модулю)	дисциплине (модулю), в том числе	
<i>Отлично</i>	91 - 100	Выполнены все контрольные точки текущего контроля на высоком уровне. Экзамен сдан
<i>Хорошо</i>	81-90	Выполнены все контрольные точки текущего контроля. Экзамен сдан
<i>Удовлетворительно</i>	70- 80	Контрольные точки выполнены в неполном объеме. Экзамен сдан
<i>Неудовлетворительно</i>	69 и менее	Контрольные точки не выполнены или не сдан экзамен

5. Задания диагностической работы для оценки результатов обучения по дисциплине (модулю) в рамках внутренней и внешней независимой оценки качества образования

ФОС содержит задания для оценивания знаний, умений и навыков, демонстрирующих уровень сформированности компетенций и индикаторов их достижения в процессе освоения дисциплины (модуля).

Комплект заданий разработан таким образом, чтобы осуществить процедуру оценки каждой компетенции, формируемых дисциплиной (модулем), у обучающегося в письменной форме. Содержание комплекта заданий включает: *тестовые задания*

Комплект заданий диагностической работы

Код и наименование компетенции 1	
УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	
1	<ol style="list-style-type: none"> 1. Продолжите предложение: форма распространения информации – называется _____(брифинг) 2. Автор, придумывающий рекламную и PR- стратегию и основную тему рекламы или PR- сообщения, включая все ее текстуальные составляющие – сценарий, слоган, подписи к плакатам и пр. – это _____(копирайтер) 3. Прямая рассылка) – способ распространения информации, основанный на обращении непосредственно к конечному ее потребителю – это _____Директ-мейл 4. Человек, готовящий рукопись речи (спонсоринг – от английского sponsor и sponsorship) – это _____(спичрайтер)
Код и наименование компетенции 2	
ПК-3. Способен к организации различных форм мероприятий в сфере молодежной политики	

2	<p>Выберите правильный ответ:</p> <p>5. Статус молодежного (или детского) общественного объединения могут носить:</p> <p>а) организации; б) фонды; в) союзы; г) все вышеперечисленное.</p> <p>6. Вид ассоциации, которая возникает как непланируемая, спонтанная социальная общность; не имеет жесткого закрепления индивидов за определенными ролями и основана на принципе добровольного членства, называется:</p> <p>а) естественная организация; б) искусственная организация; в) социальное объединение; г) социальное движение.</p> <p>7. Решения о создании общественного объединения, об утверждении его устава и о формировании руководящих и контрольно-ревизионного органов принимаются:</p> <p>а) на закрытом заседании заинтересованных сторон; б) на съезде (конференции) или общем собрании; в) на референдуме; г) на заседании и потенциального руководителя.</p>
<p>Код и наименование компетенции 3 ПК-4. Способен к сбору, обработке и анализу информации, проведению информационных кампаний в сфере молодежной политики</p>	
3	<p>8. Продолжите предложение Отобранная группа единиц опроса, призванная репрезентовать т.н. генеральную совокупность людей (объект исследования), мнение которых стремится узнать исследователь - это _____ (выборка)</p> <p>9. Осуществляется с целью осмысления несогласованностей, возникающих при коммуникации между руководством организации и целевыми группами общественности _____ (коммуникационный аудит)</p> <p>10. Процедура прогрессивного вмешательства в конфликт, в ходе которой его участники с помощью нейтрального посредника (медиатора) планомерно выявляют проблемы и пути их решения, ищут альтернативы и пытаются достичь приемлемого соглашения, которое соответствовало бы их интересам – это _____ (медиация).</p>