

ЧОУ ВО
**«Курский институт менеджмента,
экономики и бизнеса»**

*Оценочные материалы
по учебной практике:
профессионально-ознакомительной
практике*



1. Перечень компетенций с указанием индикаторов их формирования, планируемых результатов освоения, показателей оценивания

Учебная практика способствует комплексному формированию универсальных, общепрофессиональных компетенций у обучающихся:

УК-8.1; УК-9.1; ОПК-1.1; ОПК-2.1; ОПК-3.1; ОПК-4.1; ОПК-5.1; ОПК-6.1; ОПК-7.1

УК-8	Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов
УК-8.1	Понимает причины, признаки и последствия опасностей, способы защиты от чрезвычайных ситуаций; основы безопасности жизнедеятельности, телефоны служб спасения
УК-9	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
УК-9.1	Демонстрирует знания основных законов и закономерностей функционирования экономики; основ социально-экономического анализа, необходимых для решения профессиональных задач
ОПК-1	Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
ОПК-1.1	Понимает основы составления медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
ОПК-2.1	Понимает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития
ОПК-3	Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
ОПК-3.1	Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса
ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности
ОПК-4.1	Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп
ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования
ОПК-5.1	Понимает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях

ОПК-6	Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности
ОПК-6.1	Понимает современные информационные технологии и программные средства, в том числе отечественного производства при решении задач профессиональной деятельности
ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности
ОПК-7.1	Понимает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности

Перечень компетенций с указанием индикаторов их формирования в процессе освоения образовательной программы на практике, а также критерии оценивания представлены в таблице 1.

Таблица 1 - Перечень компетенций с указанием индикаторов их формирования в процессе освоения образовательной программы, показателей оценивания

Шифр	Компетенции	Индикатор	Наименование индикатора	Планируемые результаты освоения
УК-8	Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов	УК-8.1	Понимает причины, признаки и последствия опасностей, способы защиты от чрезвычайных ситуаций; основы безопасности жизнедеятельности, телефоны служб спасения	Знать: причины, признаки и последствия опасностей, телефоны служб спасения Уметь: защищаться от чрезвычайных ситуаций Владеть: навыками обеспечения безопасности жизнедеятельности
		Показатель оценивания	Понимание причин, признаков и последствий опасностей, способов защиты от чрезвычайных ситуаций; основ безопасности жизнедеятельности, знание телефонов служб спасения	
УК-9	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-9.1	Демонстрирует знания основных законов и закономерностей функционирования экономики; основ социально-экономического анализа, необходимых для решения профессиональных задач.	Знать: основные законы и закономерностей функционирования экономики Уметь: анализировать экономические процессы и явления Владеть: методами социально-экономического анализа, необходимыми для решения профессиональных задач
		Показатель оценивания	знание основных законов и закономерностей функционирования экономики; основ социально-экономического анализа, необходимых для решения профессиональных задач	
ОПК-1	Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.1	Понимает основы составления медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	Знать: основы составления медиапродуктов Уметь: анализировать рекламный продукт на основе архитипов Владеть: приемами спецэффектов и уметь применять их на практике.
		Показатель оценивания	Понимание основ составления медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	

ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.1	Понимает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития	Знать: систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития Уметь: анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов Владеть: навыками создания рекламных и PR-продуктов с учетом тенденций развития общественных и государственных институтов.
		Показатель оценивания	Понимание системы общественных и государственных институтов, механизмов их функционирования и тенденции развития	
ОПК-3	Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.1	Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса	Знать: основные особенности отечественного и мирового культурного процесса Уметь: анализировать достижения отечественной и мировой культуры. Владеть: способностью выявлять и систематизировать лучшие образцы мировой культуры
		Показатель оценивания	Демонстрация кругозора в сфере отечественного и мирового культурного процесса	
ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.1	Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп	Знать: цели и задачи профессиональной деятельности в соответствии с социологическими данными и с запросами и потребностями общества; Уметь: определять соответствие аудитории и канала коммуникации; Владеть: выделять рекламные и PR-материалы в общем информационном потоке.
		Показатель оценивания	Соотнесение социологических данных с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп	

ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиа-коммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.1	Понимает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиа-коммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	Знать: основные составляющие интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью; основные термины интегрированных коммуникаций; основные теории интегрированных коммуникаций основные технологии в сфере рекламы; основные технологии в сфере связей с общественностью; основные этапы разработки и организации специального события как как технологии интегрированных коммуникаций; специфику социальной рекламы; историю рекламы и связей с общественностью. Уметь: ориентироваться в актуальных проблемах теории и практики интегрированных коммуникаций; применять на практике основные технологии интегрированных коммуникаций; грамотно сочетать инструменты продвижения компании, организации, формирования имиджа; проводить SWOT анализ ситуации в организации; работать со СМИ. Владеть: понятийно-категориальным аппаратом; опытом самостоятельной работы в сфере событийного маркетинга; опытом самостоятельной работы с средствами массовой коммуникации; навыками работы с информационными ресурсами.
		Показатель оценивания	Понимание совокупности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиа-коммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	
ОПК-6	Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ОПК-6.1	Понимает современные информационные технологии и программные средства, в том числе отечественного производства при решении задач профессиональной деятельности	Знает: современные технические средства и информационные технологии, применяемые в профессиональной деятельности. Умеет: использовать технические средства и информационные технологии для получения необходимой информации, оформления ссылок, сносок и библиографического списка для использования в профессиональной деятельности. Владеет: навыками использования технических средств и информационных технологий для получения необходимой информации, оформления ссылок, сносок и библиографического списка для использования в профессиональной деятельности.
		Показатель оценивания	Понимание современных информационных технологий и программных средств, в том числе отечественного производства при решении задач профессиональной деятельности	

ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1	Понимает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности	Знать: основы регуляции поведения индивида, основные способы самоорганизации, механизмы применения принципов социальной ответственности при осуществлении планомерной деятельности; Уметь: пользоваться специальной литературой с целью практического применения содержащихся в ней знаний для разрешения вопросов профессиональной деятельности, применять знания в области организационного поведения для анализа собственного поведения в конкретных организационных ситуациях; Владеть: навыками анализа и использования научной теоретической и практической информации по вопросам самосовершенствования, в том числе, и в профессиональной деятельности, планирования собственного времени и карьеры.
		Показатель оценивания	Понимание цеховых принципов социальной ответственности, типовых эффектов и последствий профессиональной деятельности	

2. Критерии оценивания компетенций на этапах их формирования, описание шкалы оценивания и типовых заданий

Шкала оценивания – для зачета «зачтено» и «не зачтено».

Критерии оценивания:

Оценка «отлично» (зачтено). Ответы на поставленные вопросы излагаются логично, последовательно и не требуют дополнительных пояснений. Полно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Делаются обоснованные выводы. Демонстрируются глубокие знания базовых понятий (при необходимости) курса. Соблюдаются литературно-языковые нормы.

Оценка «хорошо» (зачтено). Ответы на поставленные вопросы излагаются систематизировано и последовательно. Материал излагается уверенно. Раскрыты причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируется умение анализировать материал, однако не все выводы носят аргументированный и доказательный характер. Соблюдаются литературно-языковые нормы.

Оценка «удовлетворительно» (зачтено). Допускаются нарушения в последовательности изложения. Неполно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируются поверхностные знания вопроса, с трудом решаются конкретные задачи. Имеются затруднения с выводами. Допускаются нарушения литературно-языковых норм.

Оценка «неудовлетворительно» (не зачтено). Материал излагается непоследовательно, сбивчиво, не представляет определенной системы знаний по дисциплине. Не раскры-

ваются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Не проводится анализ. Выводы отсутствуют. Ответы на дополнительные вопросы отсутствуют. Имеются заметные нарушения литературно-языковых норм.

Контрольные задания для оценки знаний и умений, навыков и (или) опыта, характеризующих формирование компетенции

Каждое задание оценочных материалов позволяет оценить уровень освоения компетенций на соответствующем этапе и содержит задания, которые необходимо выполнить и отразить в отчете. Предполагается выполнение 6 заданий (полный перечень заданий определяется руководителем практики).

Задания учебной практики:

1. Охарактеризовать правовой статус рекламной или PR-структуры на основе НПА
2. Подготовить выступления по вопросам программы практики
3. Изучить правовую основу базы практики, регламентирующую проектную деятельность рекламной или PR-структуры
4. Изучить документацию по кадрам рекламной или PR-структуры
5. Изучить реестр проектов, реализуемых рекламной или PR-структурой
6. Подготовить выступление по итогам практики

3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих формирование компетенций

Защита отчета по учебной практике проводится перед комиссией в установленный кафедрой день в соответствии с календарным графиком учебного процесса. Защита проводится в виде собеседования по результатам практики и качества представленного отчета. Вначале, как правило, идет выступление обучающегося с коротким докладом (8—10 минут), далее - ответы на вопросы по существу отчета.

Учебная практика может быть оценена по следующим критериям:

- а) полнота и качество выполнения требований, предусмотренных программой практики;
- б) умение профессионально и грамотно отвечать на заданные вопросы;
- в) дисциплинированность и исполнительность студента во время прохождения практики.

По результатам проверки отчетной документации по учебной практике: практике по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности, результатов текущей аттестации, собеседования и защиты отчета выставляется зачет.

«Зачтено» ставится студенту, который выполнил в срок и на высоком уровне весь намеченный объем работы, оформленный отчет в соответствии со всеми требованиями.

«Не зачтено» ставится студенту, который не выполнил программу практики, не подготовил отчета, допускал ошибки и нарушения дисциплины в ходе проведения практики.

ЧОУ ВО
**«Курский институт менеджмента,
экономики и бизнеса»**

***Оценочные материалы по производ-
ственной практике:
профессионально-творческой практике***



1. Перечень компетенций с указанием индикаторов их формирования, планируемых результатов освоения, показателей оценивания

Профессионально-творческая практика способствует комплексному формированию универсальных, общепрофессиональных компетенций у обучающихся:

УК-8.2; УК-9.2; ОПК-1.2; ОПК-2.2; ОПК-3.2; ОПК-4.2; ОПК-5.2; ОПК-6.2; ОПК-7.2

УК-8	Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов
УК-8.2	Выявляет признаки, причины и условия возникновения чрезвычайных ситуаций; оценивает вероятность возникновения потенциальной опасности для обучающегося и принимает меры по ее предупреждению в условиях образовательного учреждения; оказывает первую помощь в чрезвычайных ситуациях
УК-9	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
УК-9.2	Применяет экономические знания при выполнении практических задач; принимает обоснованные экономические решения в различных областях профессиональной деятельности
ОПК-1	Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
ОПК-1.2	Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ
ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
ОПК-2.2	Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов
ОПК-3	Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
ОПК-3.2	Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности
ОПК-4.2	Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов

ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования
ОПК-5.2	Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы
ОПК-6	Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности
ОПК-6.2	Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности
ОПК-7.2	Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом

Перечень компетенций с указанием индикаторов их формирования в процессе освоения образовательной программы на практике, а также критерии оценивания представлены в таблице 1.

Таблица 1- Перечень компетенций с указанием индикаторов их формирования в процессе освоения образовательной программы, показателей оценивания

Шифр	Компетенции	Индикатор	Наименование индикатора	Планируемые результаты освоения
УК-8	Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов	УК-8.2	Выявляет признаки, причины и условия возникновения чрезвычайных ситуаций; оценивает вероятность возникновения потенциальной опасности для обучающегося и принимает меры по ее предупреждению в условиях образовательного учреждения; оказывает первую помощь в чрезвычайных ситуациях	Знать: признаки, причины и условия возникновения чрезвычайных ситуаций Уметь: оценивать вероятность возникновения потенциальной опасности для обучающегося и принимать меры по ее предупреждению в условиях образовательного учреждения Владеть: навыками оказания первой помощи в чрезвычайных ситуациях
		Показатель оценивания	Владение навыками выявлять признаки, причины и условия возникновения чрезвычайных ситуаций; оценивать вероятность возникновения потенциальной опасности для обучающегося и принимает меры по ее предупреждению в условиях образовательного учреждения; оказывать первую помощь в чрезвычайных ситуациях	

УК-9	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-9.2	Применяет экономические знания при выполнении практических задач; принимает обоснованные экономические решения в различных областях профессиональной деятельности	Знать: базовые экономические понятия и категории в сфере профессиональной деятельности, порядок ее организации и ведения Уметь: систематизировать и обобщать информацию с целью оптимального выбора формы и вида профессиональной деятельности Владеть: практическими навыками экономического обоснования в решении профессиональных задач
		Показатель оценивания	экономические знания при выполнении практических задач; принимает обоснованные экономические решения в различных областях профессиональной деятельности	
ОПК-1	Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.2	Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	Знать: основы составления медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов Уметь: выявлять отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ Владеть: навыками подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
		Показатель оценивания	Знание отличительных особенностей медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	
ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.2	Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов	Знать: тенденции развития общественных и государственных институтов Уметь: учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов Владеть: навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов с учетом тенденций развития общественных и государственных институтов.

		Показатель оценивания	Умение учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов	
ОПК-3	Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиа-текстов и (или) медиа-продуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.2	Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	Знать: основные направления и стили мировой художественной культуры Уметь: гармонично сочетать художественный образ и текст, учитывая специфические особенности средств художественной выразительности. Владеть: художественным вкусом и стилевым чутьем
		Показатель оценивания	Учет достижений отечественной и мировой культуры, а также средств художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	
ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.2	Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	Знать: особенности организации коммуникаций, основные механизмы взаимосвязи поведения сотрудников и эффективности организации; Уметь: выстраивать эффективные корпоративные коммуникационные каналы и использовать современные технические средства передачи информации, вести подготовку рекламных продуктов; Владеть: навыками информационного обеспечения процессов внутренних коммуникаций и связей с общественностью, навыками эффективного общения в профессиональной деятельности.
		Показатель оценивания	Владение навыками использовать основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	

ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиа-коммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.2	Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	Знать: специфику, принципы, методики, инструменты планирования, организации, контроля и оценки эффективности коммуникационных кампаний, составляющих их PR-операций и мероприятий с учетом правовых, этических и технологических норм работы в организациях различного типа; Уметь: выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации коммуникационных кампаний и мероприятий; структурировать свою работу в соответствии с PR-программой и информационно-коммуникативными стратегиями организации; Владеть: традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности, умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия в связях с общественностью для решения маркетинговых и коммуникационных задач коммерческих структур.
		Показатель оценивания	Осуществление профессиональных действий в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	
ОПК-6	Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ОПК-6.2	Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	Знает: основные понятия теории информации, методы сбора, передачи, организации хранения в памяти компьютера и обработки информации; Умеет: применять технические и программные средства реализации информационных процессов: использовать локальные и глобальные сети ЭВМ Владеет: современными методами сбора, обработки и анализа данных
		Показатель оценивания	Применение современных цифровых устройств, платформ и программного обеспечения на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	

ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.2	Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом	Знать: закономерности человеческой психики и особенности восприятия информации, в том числе, рекламного характера, основные способы коммуникации и межгруппового взаимодействия; Уметь: анализировать теоретический материал по проблемам командообразования, преобразовывать информацию для использования ее в дальнейшей профессиональной деятельности, иметь собственную позицию по вопросам организационных коммуникаций и внутригруппового взаимодействия с учетом норм этики и морали; Владеть: навыками анализа и использования научной теоретической и практической информации по вопросам рекламы и связей с общественностью и учета этических норм в профессиональной деятельности.
		Показатель оценивания	отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом	

2. Критерии оценивания компетенций на этапах их формирования, описание шкалы оценивания и типовых заданий

Шкала оценивания – «зачтено» (отлично), (хорошо), (удовлетворительно) и «не зачтено» (неудовлетворительно).

Критерии оценивания:

Оценка «отлично» (зачтено). Ответы на поставленные вопросы излагаются логично, последовательно и не требуют дополнительных пояснений. Полно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Делаются обоснованные выводы. Демонстрируются глубокие знания базовых понятий (при необходимости) курса. Соблюдаются литературно-языковые нормы.

Оценка «хорошо» (зачтено). Ответы на поставленные вопросы излагаются систематизировано и последовательно. Материал излагается уверенно. Раскрыты причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируется умение анализировать материал, однако не все выводы носят аргументированный и доказательный характер. Соблюдаются литературно-языковые нормы.

Оценка «удовлетворительно» (зачтено). Допускаются нарушения в последовательности изложения. Неполно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируются поверхностные знания вопроса, с трудом решаются конкретные задачи. Имеются затруднения с выводами. Допускаются нарушения литературно-языковых норм.

Оценка «неудовлетворительно» (не зачтено). Материал излагается непоследовательно, сбивчиво, не представляет определенной системы знаний по дисциплине. Не раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Не проводится анализ. Выводы отсутствуют. Ответы на дополнительные вопросы отсутствуют. Имеются заметные нарушения литературно-языковых норм.

Контрольные задания для оценки знаний и умений, навыков и (или) опыта, характеризующих формирование компетенции

Каждое задание оценочных материалов позволяет оценить уровень освоения компетенций на соответствующем этапе и содержит задания, которые необходимо выполнить и отразить в отчете. Предполагается выполнение 6 заданий (полный перечень заданий определяется руководителем практики).

Задания практики:

1. Охарактеризовать правовой статус рекламной или PR-структуры на основе НПА.
2. Подготовить выступления по вопросам программы практики.
3. Изучить правовую основу базы практики, регламентирующую проектную деятельность рекламной или PR-структуры.
4. Изучить документацию по кадрам рекламной или PR-структуры.
5. Изучить реестр проектов, реализуемых рекламной или PR-структурой, и их эффективность.
6. Изучите и оцените маркетинговые показатели, такие как: продажи, доля рынка предприятия, компании, организации; число клиентов и количество лояльных клиентов; распределение функций по структурам службы маркетинга и наличие подразделений рекламных и PR-служб и др.
7. Изучите и оцените показатели рекламной и PR-политики, включающие: описание коммуникативной стратегии предприятия, компании, организации; виды и график рекламных и PR-мероприятий, промо-акций и др.
8. Подготовить выступление по итогам практики.

3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих формирование компетенций

Защита отчета по практике проводится перед комиссией в установленный кафедрой день в соответствии с календарным графиком учебного процесса. Защита проводится в виде собеседования по результатам практики и качества представленного отчета. Вначале, как правило, идет выступление обучающегося с коротким докладом (8—10 минут), далее – ответы на вопросы по существу отчета.

По результатам проверки отчетной документации, собеседования и защиты отчета выставляется зачет с оценкой.

Критериями оценки являются:

- уровень теоретического осмысления студентами практической деятельности рекламной или PR-структуры (ее целей, задач, содержания, методов);
 - качество отчета по итогам практики;
 - степень и качество приобретенных студентами профессиональных умений;
 - уровень профессиональной направленности выводов и рекомендаций, сделанных студентом в ходе прохождения практики.
-

«Зачтено» ставится студенту, который выполнил в срок и на высоком уровне весь намеченный объем работы, оформленный отчет в соответствии со всеми требованиями.

«Не зачтено» ставится студенту, который не выполнил программу практики, не подготовил отчета, допускал ошибки и нарушения дисциплины в ходе проведения практики.

Зачтено с оценкой «отлично» ставится студенту, который выполнил в срок и на высоком уровне весь намеченный объем работы в соответствии с индивидуальным заданием, успешно защитил оформленный отчет в соответствии со всеми требованиями.

Зачтено с оценкой «хорошо» ставится студенту, который полностью выполнил намеченную на период практики программу работы в соответствии с индивидуальным заданием, оформил отчет с основными требованиями, обнаружил умение определять основные задачи и способы их решения, проявил инициативу в работе, но не смог вести творческий поиск или не проявил потребности в творческом росте.

Зачтено с оценкой «удовлетворительно» ставится студенту, который выполнил программу работы в соответствии с индивидуальным заданием, но не проявил глубоких знаний теории и умения применять ее на практике, допускал ошибки в постановке и решении задач.

Не зачтено ставится студенту, который не выполнил программу практики в соответствии с индивидуальным заданием, не подготовил отчета, допускал ошибки и нарушения дисциплины в ходе проведения практики.

ЧОУ ВО
**«Курский институт менеджмента,
экономики и бизнеса»**

***Оценочные материалы по производ-
ственной практике:
преддипломной практике***



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

2. **Преддипломная практика** способствует комплексному формированию универсальных и профессиональных компетенций у обучающихся:

3. **УК-8.3; УК-9.3; УК-10.3; ПК-1.3; ПК-2.3; ПК-3.3; ПК-4.3**

УК-8	Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов
УК-8.3	Использует методы прогнозирования возникновения опасных или чрезвычайных ситуаций; поддерживает безопасные условия жизнедеятельности
УК-9	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
УК-9.3	Способность использовать основные положения и методы экономических наук при решении профессиональных задач
УК-10	Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности
УК-10.3	Вырабатывает пути решения конкретной профессиональной задачи, демонстрируя нетерпимое отношение к коррупционному поведению, экстремизму и терроризму
ПК-1	Способен 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
ПК-1.3	Проводит мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивает эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью
ПК-2	Способен организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы
ПК-2.3	Применяет навыки организации подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы
ПК-3	Способен разрабатывать и реализовывать проекты в сфере рекламы и связей с общественностью
ПК-3.3	Применяет навыки реализации проектов в сфере рекламы и связей с общественностью
ПК-4	Способен участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий
ПК-4.3	Использует навыки участия в организации и оценке внутренних и внешних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры

4. Перечень компетенций с указанием индикаторов их формирования в процессе освоения образовательной программы на практике, а также критерии оценивания представлены в таблице 2.
5. Таблица 2 - Перечень компетенций с указанием индикаторов их формирования в процессе освоения образовательной программы, показателей оценивания

Шифр	Компетенции	Индикатор	Наименование индикатора	Планируемые результаты освоения
УК-8	Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов	УК-8.3	Использует методы прогнозирования возникновения опасных или чрезвычайных ситуаций; поддерживает безопасные условия жизнедеятельности	Знать: основные принципы прогнозирования возникновения опасных или чрезвычайных ситуаций Уметь: прогнозировать опасные или чрезвычайные ситуации Владеть: навыками поддержания безопасных условий жизнедеятельности
		Показатель оценивания	Владение навыками применять методы прогнозирования возникновения опасных или чрезвычайных ситуаций; поддерживает безопасные условия жизнедеятельности	
УК-9	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-9.3.	Способность использовать основные положения и методы экономических наук при решении профессиональных задач	Знать: основные приемы и технологии экономических наук Уметь: использовать приемы и технологии экономических наук Владеть: навыками использования методов экономических наук при решении профессиональных задач
		Показатель оценивания	Способность использовать основные положения и методы экономических наук при решении профессиональных задач	
УК-10	Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности	УК-10.3	Вырабатывает пути решения конкретной профессиональной задачи, демонстрируя нетерпимое отношение к коррупционному поведению, экстремизму и терроризму	Знать: основы антикоррупционного поведения, противодействия экстремизму и терроризму Уметь: демонстрировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению, экстремизму и терроризму Владеть: навыками решения конкретных профессиональных задач противодействия коррупции, экстремизму и терроризму
		Показатель оценивания	Знание путей решения конкретной профессиональной задачи, демонстрируя нетерпимое отношение к коррупционному поведению, экстремизму и терроризму	

ПК-1	Способен 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	ПК-1.3	Проводит мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивает эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью	Знать: основы прогнозирования эффектов и последствий своей профессиональной деятельности в соответствии с принципами социальной ответственности Уметь: осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью Владеть: навыками проведения мероприятий по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг, оценки эффективности рекламной и PR-деятельности.
		Показатель оценивания	Проведение мероприятий по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценка эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью	
ПК-2	Способен организовывать подготовку к выпуску, производству и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы	ПК-2.3	Применяет навыки организации подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы	Знать: особенности языка графики как средства коммуникации, основы процессов создания графическими средствами рекламной продукции, включая текстовые и графические материалы рекламы. Уметь: решать стандартные профессиональные задачи с применением знаний перспективы, методов графического моделирования. Владеть: навыками работы графическими художественными материалами, методами композиционного решения макетов медиапродуктов.
		Показатель оценивания	навыки организации подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы	

ПК-3	Способен разрабатывать и реализовывать проекты в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК-3.3	Применяет навыки реализации проектов в сфере рекламы и связей с общественностью	Знать: основы использования традиционных и современных средств рекламы для подготовки и выпуска рекламной и PR-продукции Уметь: реализовывать типовые алгоритмы работы с рекламной продукцией и технологии в сфере рекламы и связей с общественностью Владеть: навыками организации подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы
		Показатель оценивания	навыки реализации проектов в сфере рекламы и связей с общественностью	
ПК-4	Способен участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий	ПК-4.3	Использует навыки участия в организации и оценке внутренних и внешних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	Знать: основы теории коммуникации и психологические основы массовых коммуникаций Уметь: осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии организации, а также оценивает эффективность коммуникационной инфраструктуры Владеть: навыками участия в организации и оценке внутренних и внешних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной культуры
		Показатель оценивания	навыки участия в организации и оценке внутренних и внешних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	

2. Критерии оценивания компетенций по результатам их формирования, описание шкалы оценивания и типовых заданий

Шкала оценивания – «зачтено» (отлично), (хорошо), (удовлетворительно) и «не зачтено» (неудовлетворительно).

Критерии оценивания:

Оценка «отлично» (зачтено). Ответы на поставленные вопросы излагаются логично, последовательно и не требуют дополнительных пояснений. Полно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Делаются обоснованные выводы. Демонстрируются глубокие знания базовых понятий (при необходимости) курса. Соблюдаются литературно-языковые нормы.

Оценка «хорошо» (зачтено). Ответы на поставленные вопросы излагаются систематизировано и последовательно. Материал излагается уверенно. Раскрыты причинно-

следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируется умение анализировать материал, однако не все выводы носят аргументированный и доказательный характер. Соблюдаются литературно-языковые нормы.

Оценка «удовлетворительно» (зачтено). Допускаются нарушения в последовательности изложения. Неполно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируются поверхностные знания вопроса, с трудом решаются конкретные задачи. Имеются затруднения с выводами. Допускаются нарушения литературно-языковых норм.

Оценка «неудовлетворительно» (не зачтено). Материал излагается непоследовательно, сбивчиво, не представляет определенной системы знаний по дисциплине. Не раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Не проводится анализ. Выводы отсутствуют. Ответы на дополнительные вопросы отсутствуют. Имеются заметные нарушения литературно-языковых норм.

Контрольные задания для оценки знаний и умений, навыков и (или) опыта, характеризующих формирование компетенции

Каждое задание оценочных материалов позволяет оценить уровень освоения компетенций на соответствующем этапе и содержит задания, которые необходимо выполнить и отразить в отчете. Предполагается выполнение 6 заданий (полный перечень заданий определяется руководителем практики).

Задания практики (7 семестр):

1. Охарактеризовать локальные акты рекламной или PR-структуры: распорядительные, по кадрам и др.
2. Охарактеризовать финансовую документацию рекламной или PR-структуры (если данные не закрыты)
3. Подготовить выступления по вопросам программы практики
4. Изучить правовую основу базы практики, регламентирующую проектную деятельность рекламной или PR-структуры
5. Изучить документацию по кадрам рекламной или PR-структуры
6. Изучить реестр проектов, реализуемых рекламной или PR-структурой, и их эффективность
7. Изучите и оцените маркетинговые показатели, такие как: продажи, доля рынка предприятия, компании, организации; число клиентов и количество лояльных клиентов; распределение функций по структурам службы маркетинга и наличие подразделений рекламных и PR-служб и др.
8. Изучите и оцените показатели рекламной и PR-политики, включающие: описание коммуникативной стратегии предприятия, компании, организации; виды и график рекламных и PR-мероприятий, промо-акций и др.
9. Подготовить выступление по итогам практики

Задания практики (7 семестр):

1. Составьте для авторского проекта:
 2. технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф,
-

- соглашение, договор, контракт
3. Выполните рекламные продукты в материале (по заданию руководителя практики)
 4. Оцените каналы распространения рекламной продукции и их эффективность
 5. Рассчитайте примерную стоимость проекта
 6. Оцените эффективность предложенного проекта, в соответствии с утвержденной методикой

Рекомендации к написанию 3 главы ВКР на преддипломной практике.

В **третьей главе (проектной)** (в конкретной выпускной квалификационной работе она должна иметь свое название) рекомендуется осуществить нормативный анализ объекта исследования, т.е. продемонстрировать разрыв между должным (исходя из теоретических моделей) и существующим состоянием объекта исследования. В третьей главе должны быть представлены развернутые рекомендации по приведению объекта и предмета исследования в должное состояние с соответствующим обоснованием, конкретные шаги по улучшению рекламной или PR-технологии.

Глава должна содержать полноценный рекламный или PR-продукт (проект) (стратегию продвижения, рекламную кампанию, PR-кампанию, комплекс интегрированных маркетинговых коммуникаций, бренд-бук, сценарии радио- или видеороликов с диалогами, эскизы макетов и проч.)

Структура (перечень параграфов, их именование и логика) 3 главы не может быть универсальной и непосредственно коррелирует с темой ВКР и местом преддипломной практики. Однако рекомендуемая схема проектной 3 главы может быть следующей:

Параграф 3.1. рекомендуется посвятить определению перспективных рекламных и PR-технологий.

В параграфе 3.2. можно уделить внимание какой-либо узкой проблеме и путям её решения в пределах темы ВКР, которая может быть индикатором деятельности, существенным фактором развития или сдерживающим фактором для функционирования PR-или рекламной деятельности, реализации PR-технологии.

Параграф 3.3. должен носить проектный (рекомендательный) характер. Основные рекомендации должны быть направлены на экономическое обоснование предложенного авторского рекламного или PR-продукта, предложения по развитию коммуникационной инфраструктуры организации, работу с внутренней и внешней коммуникацией, коммуникацию со СМИ, коммерческими структурами, госслужбами, общественными организациями и пр.; работу с корпоративной культурой (формирование, поддержание), планирование, реализацию коммуникационных кампаний и др.

Основные рекомендации, представленные в параграфе 3.3. (предложения, макет программы, проект и др.) должны быть тщательно обоснованы теоретически, логически, методически, расчетно-аналитически и графически.

Таким образом, проектная глава должна включать обоснование каждого из предложений, описание сущности предложения, количественную оценку мероприятия, характери-

стику (перечень) работ, организацию внедрения этого мероприятия, ожидаемые результаты.

Основное требование, предъявляемое к третьей проектной главе ВКР состоит в том, что в ней должны быть разработаны конструктивные предложения (рекомендации) и дано всестороннее обоснование целесообразности и эффективности их внедрения, их непротиворечивости действующей нормативно-правовой базе России.

3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих формирование компетенций

Защита отчетов по практике в каждом семестре проводится перед комиссией в установленный кафедрой день в соответствии с календарным графиком учебного процесса. Защита проводится в виде собеседования по результатам практики и качества представленного отчета. Вначале, как правило, идет выступление обучающегося с коротким докладом (8—10 минут), далее - ответы на вопросы по существу отчета.

По результатам проверки отчетной документации, собеседования и защиты отчета выставляется зачет и зачет с оценкой.

Критериями оценки являются:

- уровень теоретического осмысления студентами практической деятельности рекламной или PR-структуры (ее целей, задач, содержания, методов);
- качество отчета по итогам практики;
- степень и качество приобретенных студентами профессиональных умений;
- уровень профессиональной направленности выводов и рекомендаций, сделанных студентом в ходе прохождения практики.

«Отлично» (зачтено) ставится студенту, который выполнил в срок и на высоком уровне весь намеченный объем работы, оформленный отчет в соответствии со всеми требованиями.

«Хорошо» (зачтено) ставится студенту, который полностью выполнил намеченную на период практики программу, оформил отчет с основными требованиями, обнаружил умение определять основные задачи и способы их решения, проявил инициативу в работе, но не смог вести творческий поиск или не проявил потребности в творческом росте.

«Удовлетворительно» (зачтено) ставится студенту, который выполнил программу, но не проявил глубоких знаний теории и умения применять ее на практике, допускал ошибки в постановке и решении задач.

«Неудовлетворительно» (не зачтено) ставится студенту, который не выполнил программу практики, не подготовил отчета, допускал ошибки и нарушения дисциплины в ходе проведения практики.
