

**Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Национальный исследовательский университет «МЭИ»**

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Наименование образовательной программы: Дизайн в рекламе

Уровень образования: высшее образование - бакалавриат

Форма обучения: заочная

**Оценочные материалы по практике
Учебная практика: профессионально-ознакомительная практика**

Москва 2025

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ СОСТАВИЛ:

Разработчик

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Юдин И.В.
	Идентификатор	R8a1472e1-YudinIvV-667968f0

И.В. Юдин

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель образова-
тельной программы

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Вовк М.В.
	Идентификатор	R26eeae99-VovkMV-a261481b

М.В. Вовк

Заведующий выпускаю-
щей кафедрой

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Курилов С.Н.
	Идентификатор	R2f2f52fe-KurilovSN-7d2d7cde

С.Н. Кури-
лов

Оценочные материалы по практике предназначены для оценки достижения обучающимися запланированных результатов обучения по практике, этапа формирования запланированных компетенций, прохождения практики.

Оценочные материалы по практике включают оценочные средства для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации.

Запланированные результаты обучения по практике, соотнесенные с индикаторами достижения компетенций:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения
УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	ИД-1 _{УК-2} Формулирует в рамках поставленной цели проекта совокупность задач, обеспечивающих ее достижение	знать: - условия достижения целей при участии в реализации профессиональных проектов.
	ИД-2 _{УК-2} Выбирает наиболее эффективный способ решения задач, учитывая действующие правовые нормы и имеющиеся условия, ресурсы и ограничения	знать: - условия, ресурсы и ограничения 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	ИД-3 _{ОПК-1} Демонстрирует понимание необходимости создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов в конкретный период времени и в конкретной ситуации	уметь: - осуществлять подготовку текстов в области рекламы и связей с общественностью и иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов.
ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуника-	ИД-2 _{ОПК-3} Использует достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов	знать: - знать нормы права и этические нормы, регулирующие профессиональную деятельность.
	ИД-3 _{ОПК-3} Использует достижения	уметь:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения
ционных продуктов	отечественной и мировой культуры в процессе создания коммуникационных продуктов	- пользоваться достижениями отечественной и мировой культуры, а также средствами художественной выразительности в процессе создания текстов в области рекламы и связей с общественностью и иных коммуникационных продуктов.

Содержание оценочных средств. Шкала и критерии оценивания.
Текущий контроль
 Текущий контроль проводится в течение периода прохождения практики.

4 семестр

№	Контрольные мероприятия	Оцен-ка	Шкала оценивания
1	Своевременность получения задания и начало его выполнения	5 («отлично»)	оценка "отлично" выставляется, если задание получено своевременно (задание получено в срок, подписано преподавателем и студентом, принято студентом к исполнению)
		4 («хорошо»)	оценка не предусмотрена
		3 («удовлетворительно»)	оценка не предусмотрена
		2 («неудовлетворительно»)	оценка "неудовлетворительно" выставляется, если не выполнены условия для оценки '5'
2	Равномерность работы в течение практики	5 («отлично»)	оценка "отлично" выставляется, если выполнено не менее 30 % объема задания на практику
		4 («хорошо»)	оценка не предусмотрена
		3 («удовлетворительно»)	оценка не предусмотрена
		2 («неудовлетворительно»)	оценка "неудовлетворительно" выставляется, если не выполнены условия для оценки '5'
3	Выполнение задания на практику в полном объеме	5 («отлично»)	оценка "отлично" выставляется, если работа выполнена полностью в соответствии с заданием
		4 («хорошо»)	оценка не предусмотрена
		3 («удовлетворительно»)	оценка не предусмотрена

№	Контрольные мероприятия	Оцен- ка	Шкала оценивания
		2 («не- удовле- твори- тель- но»)	оценка "неудовлетворительно" выставляется, если не выполнены условия для оценки '5'

Промежуточная аттестация

Форма промежуточной аттестации в 4 семестре: зачет

Промежуточная аттестация проводится в соответствии с положением о промежуточной аттестации ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ».

К промежуточной аттестации допускаются студенты, предоставившие комплект документов по результатам практики, проверенный руководителем практики от МЭИ, и получившие положительную оценку по текущему контролю по практике.

На промежуточной аттестации по результатам прохождения практики обучающемуся задаются теоретические и практические вопросы по представленному отчету и/или презентации.

Примерный перечень вопросов к промежуточной аттестации по практике:

1. Приемы и правила ведения переговоров
2. Методология и методика маркетинговых исследований
3. Современная рекламная и PR- коммуникация: понятие, сущность, специфика
4. Взаимоотношения участников рекламного и PR процесса
5. Структура рекламных и PR агентств, их функции
6. Структура и функции отдела рекламы и PR в организации
7. Рекламная и PR деятельность организации
8. Коммуникационные проекты: понятие, виды
9. Деловая коммуникация с потенциальными рекламодателями
10. Методы определения эффективности рекламных и PR-кампаний
11. Нормативные документы, регулирующие рекламную и PR-деятельность
12. Коммуникативный акт и его составные элементы
13. Техники эффективного общения
14. Интегрированные коммуникации: понятие, виды
15. Коммуникационная инфраструктура организации
16. Рекламная кампания: понятие, цели проведения и классификация рекламных кампаний. Основные принципы и этапы планирования рекламной кампании
17. PR- кампания: понятие, цели проведения и классификация PR- кампаний. Основные принципы и этапы планирования PR-кампании.
18. Основные принципы организации и функции рекламного \ PR-отдела

По результатам прохождения практики выставляется:

– оценка «зачтено» - Задание выполнено в полном объеме, отчет написан, оформлен и защищен;

– оценка «не зачтено» - Работа не выполнена или выполнена преимущественно неправильно.

В приложение к диплому выносится оценка за 4 семестр.

БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СТРУКТУРА ПРАКТИКИ

Учебная практика: профессионально-ознакомительная практика

(название практики)

4 семестр

Перечень контрольных мероприятий текущего контроля успеваемости:

КМ-1 Своевременность получения задания и начало его выполнения

КМ-2 Равномерность работы в течение практики

КМ-3 Выполнение задания на практику в полном объеме

Вид промежуточной аттестации – зачет

Трудоемкость практики - 6 з.е.

Раздел дисциплины	Веса контрольных мероприятий, %			
	Индекс КМ:	КМ-1	КМ-2	КМ-3
	Срок КМ:	1	8	16
Текущий контроль прохождения практики		+	+	+
Вес КМ:		10	30	60