

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: Реклама и управление в гостиничном бизнесе и туризме

Уровень образования: высшее образование - бакалавриат

Форма обучения: заочная

Оценочные материалы по практике

Производственная практика: организационная практика

Москва 2024

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ СОСТАВИЛ:

Разработчик

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Кислицын К.Н.
	Идентификатор	Rc424aed7-KislitsynKN-69da3f0e

К.Н. Кислицын

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель образова-
тельной программы

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Жохова П.Е.
	Идентификатор	R5c95669a-ZhokhovaPY-06a87af4

П.Е. Жохова

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
ПК-1 Способен разрабатывать и выбирать оптимальную маркетинговую стратегию продвижения туристического продукта и организовывать управление рекламными коммуникациями в процессе ее реализации	ИД-1 _{ПК-1} Разрабатывает оптимальную маркетинговую стратегию продвижения туристического продукта	знать: - - способы применения современных цифровых устройств, платформ и программного обеспечения на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов;; - - требования охраны труда и техники безопасности;; - - способы и методы сбора необходимой информации, её критического анализа и обобщения результатов анализа для решения поставленной задачи;. уметь: - - использовать системный подход для решения поставленных задач;; - - определять стратегию сотрудничества для достижения поставленной цели;; - - отбирать для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение;.
	ИД-2 _{ПК-1} Выбирает оптимальную мар-	знать: - - отличительные особенности медиатекстов, и

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения
	кетинговую стратегию продвижения туристического продукта	(или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ;; - - цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности;; - - функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и(или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью;. уметь: - - соблюдать требования охраны труда и техники безопасности; - - осуществлять отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом;; - - выполнять функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью;; - - осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии;.
	ИД-ЗПК-1 Организует управление	знать:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения
	рекламными коммуникациями	- - технологию создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта методологию создания основ сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR кампании;; - - методологию и способы применения инструментов трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оф-флайн и онлайн среде.. уметь: - - создавать тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта;; - - создавать основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании.; - - создавать информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта;.

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

9 семестр

№	Контрольные мероприятия	Оцен-ка	Шкала оценивания
1	Своевременность получения задания и начала его выполнения	5	Оценка "отлично" выставляется если задание выполнено в полном объеме или выполнено преимущественно верно
		4	Оценка "хорошо" выставляется если большинство вопросов раскрыто. выбрано верное направление для решения задач
		3	Оценка "удовлетворительно" выставляется если задание преимущественно выполнено
		2	Оценка "неудовлетворительно" выставляется если задание выполнено неверно или преимущественно не выполнено
2	Равномерность работы в течение практики	5	Оценка "отлично" выставляется если задание выполнено в полном объеме или выполнено преимущественно верно
		4	Оценка "хорошо" выставляется если большинство вопросов раскрыто. выбрано верное направление для решения задач
		3	Оценка "удовлетворительно" выставляется если задание преимущественно выполнено
		2	Оценка "неудовлетворительно" выставляется если задание выполнено неверно или преимущественно не выполнено
3	Выполнение задания на практику в полном объеме	5	Оценка "отлично" выставляется если задание выполнено в полном объеме или выполнено преимущественно верно
		4	Оценка "хорошо" выставляется если большинство вопросов раскрыто. выбрано верное направление для решения задач
		3	Оценка "удовлетворительно" выставляется если задание преимущественно выполнено
		2	Оценка "неудовлетворительно" выставляется если задание выполнено неверно или преимущественно не выполнено
4	Качество оформления отчетной документации	5	Оценка "отлично" выставляется если задание выполнено в полном объеме или выполнено преимущественно верно
		4	Оценка "хорошо" выставляется если большинство вопросов раскрыто. выбрано верное направление для решения задач
		3	Оценка "удовлетворительно" выставляется если задание преимущественно выполнено

№	Контрольные мероприятия	Оцен- ка	Шкала оценивания
		2	Оценка "неудовлетворительно" выставляется если задание выполнено неверно или преимущественно не выполнено

Промежуточная аттестация

Форма промежуточной аттестации в 9 семестре: зачет с оценкой

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.Определение сущности PR и содержание профессиональной деятельности.
- 2.Основные категории PR-деятельности.
- 3.Внушение как способ создания имиджа в сознании целевых групп.
- 4.Место и роль социальной рекламы в Российском обществе
- 5.Отношение российского общества к рекламе: мотивация, состояние, возможности коррекции
- 6.Слухи как канал межличностной коммуникации. Отношение к слухам PR-служб.
- 7.Общественность и общественное мнение. Распределение мнений по целевым группам.
- 8.Общественность как социальное явление.
- 9.Классификация групп общественности в PR-деятельности.
10. PR и пропаганда: общее и различия.
- 11.PR, маркетинг и реклама. Интегрированные коммуникации.
- 12.Принципы и функции PR-деятельности.
- 13.Кодексы профессионального поведения в сфере PR: содержание и назначение.
- 14.Коммуникация и ее разновидности.
- 15.Общественное мнение как объект профессиональных интересов PR специалиста. Сущность и формы функционирования.
- 16.Типология корпоративной культуры.
- 17.Основные элементы корпоративной культуры; методы их формирования.
- 18.Формирование имиджа компании: цели, инструменты и результаты.
- 19.Опросы общественного мнения, их роль в налаживании внешних PR коммуникаций.
- 20.Лидеры общественного мнения; возможности их использования в PR деятельности.
- 21.Профессиональные и общекультурные компетенции современного PR специалиста.

По результатам прохождения практики выставляется:

– оценка 5 («отлично») - • студентом достигнуты все основные цели и задачи, поставленные перед ним в ходе практики; • студент выполнил индивидуальное задание, данное научным руководителем ВКР; • студент выполнил план практики и все общие задания по практике; • студент подошел творчески к выполнению заданий; • студент предоставил полную отчетную документацию по данным заданиям, не имеет замечаний в их выполнении; • руководитель практики от организации оценил практическую деятельность студента на «отлично»; • студент сдал вовремя дневник-отчет по практике.;

– оценка 4 («хорошо») - • студентом достигнуты основные цели и задачи, поставленные перед ним в ходе практики; • студент выполнил индивидуальное задание, данное научным руководителем ВКР, но имеет небольшие недоработки и замечания в его выполнении; • сту-

дент выполнил план и общие задания по практике, но имеет небольшие недоработки и замечания в их выполнении; • руководитель практики от организации оценил практическую деятельность студента на «хорошо»; • студент сдал не вовремя дневник-отчет по практике;;

– оценка 3 («удовлетворительно») - • студентом достигнуты не все основные цели и задачи, поставленные перед ним в ходе практики; • студент частично выполнил план; • студент выполнил частично (70 %) индивидуальное задание, данное научным руководителем ВКР, и имеет значительные недоработки и замечания в его выполнении; • студент выполнил не все общие задания (отчитался по 70 % заданий) и имеет значительные недоработки и замечания в их выполнении; • студент не вовремя вышел на практику (с задержкой на 1 неделю); • руководитель практики от организации оценил практическую деятельность студента на «удовлетворительно»; • студент сдал не вовремя дневник-отчет по практике;;

– оценка 2 («неудовлетворительно») - • студентом достигнуты не все цели и задачи, поставленные перед ним в ходе практики; • студент выполнил наполовину (меньше 70 %) индивидуальное задание, данное научным руководителем ВКР, и имеет значительные недоработки и замечания в его выполнении; • студент выполнил не все общие задания (отчитался по 50 % заданий) и имеет значительные недоработки и замечания в их выполнении; • студент не вовремя вышел на практику (с задержкой на 1 неделю) или не выходил на практику вообще; • студент не вовремя сдал дневник-отчет по практике; • руководитель практики от организации оценил практическую деятельность студента на «неудовлетворительно»;

В приложение к диплому выносится оценка за 9 семестр.

БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СТРУКТУРА ПРАКТИКИ**Производственная практика: организационная практика**

(название практики)

9 семестр**Перечень контрольных мероприятий текущего контроля успеваемости:**

- КМ-1 Своевременность получения задания и начала его выполнения
 КМ-2 Равномерность работы в течение практики
 КМ-3 Выполнение задания на практику в полном объеме
 КМ-4 Качество оформления отчетной документации

Вид промежуточной аттестации – зачет с оценкой

Трудоемкость практики - 9 з.е.

Раздел дисциплины	Веса контрольных мероприятий, %				
	Индекс КМ:	КМ-1	КМ-2	КМ-3	КМ-4
	Срок КМ:	4	8	12	15
Текущий контроль прохождения практики		+	+	+	+
Вес КМ:		15	25	25	35