

**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: преддипломная практика

Москва 2023

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	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
УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	ИД-1 _{УК-1} Выполняет поиск необходимой информации, ее критический анализ и обобщает результаты анализа для решения поставленной задачи	знать: - основы практической работы с информационными источниками.
ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ИД-1 _{ОПК-4} Демонстрирует знания потребностей аудитории в продуктах профессиональной деятельности	знать: - основные запросы и потребности общества и аудитории в сфере рекламы и связей с общественностью.
	ИД-2 _{ОПК-4} Демонстрирует знание характеристик целевой аудитории в различных сферах применения технологий связей с общественностью	знать: - характеристики целевой аудитории в различных сферах рекламы и связей с общественностью.
	ИД-3 _{ОПК-4} Демонстрирует умения по составлению корректных ответов на запросы общественности, поступающие в коммерческие и некоммерческие организации, а также в органы власти с учетом специфики их деятельности	уметь: - использовать технологии ответа на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.
ОПК-6 Способен к поиску новой информации, ее анализу и оценки в	ИД-1 _{ОПК-6} Демонстрирует знания информационно-коммуникационных	знать: - современные информационные технологии и

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения
условиях современной информационной культуры и цифровой экономики с использованием цифровых средств и учетом требований информационной безопасности, этических и правовых норм	технологий, используемых в рекламных и PR-коммуникациях	программные средства, в том числе отечественного производства, используемые в практике рекламы и связей с общественностью.
	ИД-2 _{ОПК-6} Применяет навыки использования современных технических средств в процессе разработки элементов коммуникационных кампаний	уметь: - применять 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	ИД-1 _{ОПК-7} Демонстрирует навыки оценки эффектов каждого этапа коммуникационной кампании	уметь: - прогнозировать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности в соответствии с принципами социальной ответственности.
	ИД-2 _{ОПК-7} Демонстрирует знания принципов социальной ответственности в процессе разработки каждого этапа коммуникационной кампании в различных сферах профессиональной деятельности	знать: - основы профессиональной деятельности в соответствии с принципами социальной ответственности.
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	уметь: - проектировать основные этапы коммуникационной стратегии.
	ИД-2 _{ПК-1} Выбирает оптимальную маркетинговую стратегию продвижения туристического продукта	уметь: - выбирать оптимальную коммуникационную стратегию.
	ИД-3 _{ПК-1} Организует управление рекламными коммуникациями	уметь: - проводить мероприятия в рамках коммуникационной кампании.

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

10 семестр

№	Контрольные мероприятия	Оцен-ка	Шкала оценивания
1	Своевременность получения задания и начала его выполнения	5	оценка "отлично" выставляется, если задание получено своевременно (задание получено в срок, подписано преподавателем и студентом, принято студентом к исполнению)
		4	оценка "хорошо" выставляется, если задание получено с запозданием (задание получено с опозданием не более чем на 1 день практики, подписано преподавателем и студентом, принято студентом к исполнению)
		3	оценка "удовлетворительно" выставляется, если задание получено с большим запозданием (задание получено с запозданием не более чем на 2 дня практики, подписано преподавателем и студентом, принято студентом к исполнению)
		2	оценка "неудовлетворительно" выставляется, если задание получено с опозданием более чем на 2 дня практики, подписано преподавателем и студентом, принято студентом к исполнению
2	Равномерность работы в течение практики	5	выполнено не менее 30 % объема задания на практику в первой половине практике
		4	выполнено не менее 20 % объема задания на практику
		3	выполнено не менее 10 % объема задания на практику
		2	выполнено менее 10 % объема задания на практику
3	Выполнение задания на практику в полном объеме	5	оценка "отлично" выставляется, если работа выполнена полностью в соответствии с заданием
		4	отдельные разделы не согласованы между собой (ВКР выполнена в соответствии с заданием, однако имеет отдельные отклонения и неточности в построении, логической последовательности изложения материала)
		3	задание выполнено фрагментарно (отчет выполнен в соответствии с заданием, ВКР имеет отдельные отклонения и нарушения в логическом изложении материала)
		2	отчет не представлен, либо представленный

№	Контрольные мероприятия	Оцен-ка	Шкала оценивания
			отчет не соответствует заданию, ВЕР не представлена, не выполнены условия задания на практику
4	Качество оформления отчетной документации	5	Документация оформлена в соответствии с требованиями, имеет отдельные недочеты
		4	оценка не предусмотрена
		3	оценка не предусмотрена
		2	документация не соответствует предъявляемым требованиям

Промежуточная аттестация

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

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 10 семестр.

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

(название практики)

10 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

Трудоемкость практики - 8 з.е.

Раздел дисциплины	Веса контрольных мероприятий, %				
	Индекс КМ:	КМ-1	КМ-2	КМ-3	КМ-4
	Срок КМ:	4	8	15	16
Текущий контроль прохождения практики		+	+	+	+
Вес КМ:		10	30	50	10