

**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 продвижение СМИ

**Уровень образования:** высшее образование - бакалавриат

**Форма обучения:** заочная

**Оценочные материалы по практике**

**Производственная практика: профессионально-творческая практика**

**Москва 2018**

## ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ СОСТАВИЛ:

Разработчик

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

С.Н. Курилов

## СОГЛАСОВАНО:

Руководитель образовательной программы

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Веселов А.А.
	Идентификатор	R29a5051c-VeselovAIA-96f1d661

А.А. Веселов

Заведующий выпускающей кафедрой

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Гаврилова Ю.В.
	Идентификатор	R87aa858f-GavrilovaYV-cb2050d5

Ю.В. Гаврилова

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-3 способен организовывать мероприятия, способствующие увеличению продаж продукции СМИ	ИД-1 <sub>ПК-3</sub> Подготовка предложений подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- современные информационно-коммуникационные технологии.</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- использовать результаты развития своих достоинств в профессиональной деятельности.</li> </ul>
	ИД-2 <sub>ПК-3</sub> Поиск и отбор организаций, осуществляющих разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основы экономического анализа.</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- осуществлять диагностику организационной культуры.</li> </ul>
	ИД-3 <sub>ПК-3</sub> Составление и заключение договора на разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основы современной теории коммуникации и рекламы.</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- применять информационные технологии для решения управленческих задач.</li> </ul>
	ИД-4 <sub>ПК-3</sub> Контроль выполнения догово-	<p>знать:</p>

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения
	вора на разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для предвидения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах	<p>- основы организации и оперативного планирования своей деятельности.</p> <p>уметь:</p> <p>- разрабатывать стратегии организации.</p>
	ИД-5пк-3 Организация представления продвигаемой продукции СМИ на публичных мероприятиях	<p>знать:</p> <p>- основы коммуникаций.</p> <p>уметь:</p> <p>- ориентироваться в системе законодательства и нормативных правовых актов, регламентирующих сферу профессиональной деятельности.</p>
	ИД-6пк-3 Организация проектов, направленных на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия	<p>знать:</p> <p>- основы современных технологий рекламы.</p> <p>уметь:</p> <p>- организовывать командное взаимодействие для решения управленческих задач.</p>
ПК-4 способен проводить контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ	ИД-1пк-4 Разработка системы показателей для оценки эффективности мероприятий по продвижению продукции СМИ	<p>знать:</p> <p>- современное состояние рынка рекламных и PR услуг.</p> <p>уметь:</p> <p>- внедрять изменения документооборота в управлении организации.</p>
	ИД-2пк-4 Организация сбора информации об узнаваемости продвигаемой продукции СМИ, удовлетворенности потребителей, мнении потребителей о характеристиках продвигаемой про-	<p>знать:</p> <p>- основные требования , методики написания аналитических справок, обзоров и прогнозов.</p> <p>уметь:</p>

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения
	дукции	- осуществлять стоимостную оценку активов, управления оборотным капиталом, принятия решений по финансированию, формированию операциями на мировых рынках в условиях глобализации дивидендной политики и структуре капитала.
	ИД-3ПК-4 Поиск и отбор организаций, проводящих социологические опросы, заключение договоров на проведение социологических опросов	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- иметь знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности.</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- планировать операционную (производственную) деятельность организаций.</li> </ul>
	ИД-4ПК-4 Анализ эффективности продвижения продукции СМИ	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- понятийный аппарат проведения социологических исследований.</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений.</li> </ul>
	ИД-5ПК-4 Разработка предложений по корректировке стратегий и программ продвижения продукции СМИ	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основные принципы работы средств массовой информации.</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- обосновывать решения.</li> </ul>

## 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	Задание получено в срок, подписано преподавателем и студентом, принято студентом к исполнению
		4	Задание получено с опозданием не более чем на 1 день практики, подписано преподавателем и студентом, принято студентом к исполнению
		3	Задание получено с запозданием не более чем на 2 день практики, подписано преподавателем и студентом, принято студентом к исполнению
		2	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	Отчет выполнен полностью в соответствии с заданием, имеет четкое построение, логическую последовательность изложения материала
		4	Отчет выполнен в соответствии с заданием, однако имеет отдельные отклонения и неточности в построении, логической последовательности изложения материала
		3	Отчет выполнен в соответствии с заданием, однако имеет отдельные отклонения и нарушения в логическом изложении материала
		2	Отчет не представлен, либо представленный отчет не соответствует заданию
4	Готовность к решению поставленных задач профессиональной деятельности	5	Подготовлен на высоком уровне
		4	Подготовлен на хорошем уровне
		3	Подготовлен на удовлетворительном уровне
		2	Не подготовлен
5	Качество оформления отчетной документации	5	Выполнено в соответствии с требованиями, имеет отдельные недочеты

№	Контрольные мероприятия	Оцен-ка	Шкала оценивания
		2	Не соответствует предъявляемым требованиям

## **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. Виды журналистской деятельности и формирование информационной политики
2. Что представляет собой анализ финансовой деятельности предприятия?
3. Взаимодействие государственных органов с органами по связям с общественностью
4. Вербальные коммуникации в PR
5. Важные аспекты построения корпоративной репутации
6. Охарактеризуйте подразделения, осуществляющие логистические, проектные, маркетинговые, рекламные функции на предприятии
7. Какие прогнозно-аналитические методы исследования вами использовались в практической работе на предприятии
8. Какие маркетинговые и социологические исследования вами проводились на предприятии, их результаты
9. Опишите конкурентную позицию предприятия на рынке, дайте характеристику основных конкурентов
10. Назовите методы и способы проведения научных, в т.ч. маркетинговых исследований на предприятии
11. Проанализируйте коммуникационную политику предприятия, выявите проблемы и дайте им оценку
12. Какие инновационные методы, средства и технологии в области профессиональной деятельности вы можете рекомендовать предприятию для улучшения их производственной деятельности
13. Сформулируйте предложения по совершенствованию маркетинговой и рекламной деятельности предприятия
14. Анализ рекламной политики компании
15. Анализ роли спонсорства и благотворительности в продвижении компании
16. Анализ СО (PR)
17. Анализ современной практики работы со СМИ в государственных (муниципальных) органах
18. Анализ современной практики работы со СМИ в коммерческой организации
19. Анализ современной практики работы со СМИ в ходе PR-кампании
20. Анализ технических нововведений в рекламной кампании на конкурентоспособность товара
21. Какой методикой оценивался экономический эффект от предложенных мероприятий?
22. Видеориторические свойства рекламы
23. Благотворительность как инструмент PR-деятельности
24. Брендинг как объект социально-экономического развития
25. Что представляет собой анализ операционной деятельности предприятия?
26. Эффект и эффективность, в чем разница?
27. Дайте определению понятию Конкурентное преимущество
28. Проводился ли SNW-анализ предприятия?
29. Проводился ли анализ потребителей предприятия?



30. Проводился ли ABC-анализ предприятия?
31. Проводился ли STEEP-анализ предприятия?
32. Как формируются коммуникации в организации?
33. Как проводился анализ деятельности предприятия?
34. Каким методом выявлены сильные и слабые стороны предприятия?
35. Характеристика организационной структуры управления предприятием
36. Дайте определение понятию Управленческое решение
37. Какие предложены рекомендации?
38. Какие недостатки были выявлены на предприятии?
39. Охарактеризуйте организационно-экономическую характеристику
40. Какие существуют методы принятия управленческих решений?
41. Для чего применяется «дерево целей»?
42. Какие сильные и слабые стороны были выявлены у исследуемого предприятия?
43. Дайте определение понятию Стратегия предприятия
44. Какой тип организационной структуры у предприятия?

По результатам прохождения практики выставляется:

– оценка 5 («отлично») - Отчет представлен на бумажном носителе и (или) в электронном виде. Обучающий получил положительную оценку по всем предусмотренным мероприятиям. На защите обучающийся дал на все вопросы правильные ответы, без недочетов;

– оценка 4 («хорошо») - Отчет представлен на бумажном носителе и (или) в электронном виде. Обучающий получил положительную оценку по всем предусмотренным мероприятиям. На защите обучающийся дал на все вопросы ответы, при этом суммарно допущено не более двух ошибок;

– оценка 3 («удовлетворительно») - Отчет представлен на бумажном носителе и (или) в электронном виде. Обучающий получил положительную оценку по всем предусмотренным мероприятиям. На защите обучающийся дал правильные ответы не менее чем на половину вопросов, либо при ответе часто допускались ошибки;

– оценка 2 («неудовлетворительно») - Не представлен отчет на бумажном носителе и (или) в электронном виде. Обучающий получил отрицательную оценку по какому-либо из предусмотренных мероприятий. Правильно даны ответы менее чем на половину вопросов..

В приложение к диплому выносятся оценка за 9 семестр.

## БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СТРУКТУРА ПРАКТИКИ

### Производственная практика: профессионально-творческая 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 Готовность к решению поставленных задач профессиональной деятельности
- КМ-5 Качество оформления отчетной документации

**Вид промежуточной аттестации – зачет с оценкой**

Трудоемкость практики - 3 з.е.

Раздел дисциплины	Веса контрольных мероприятий, %					
	Индекс КМ:	КМ-1	КМ-2	КМ-3	КМ-4	КМ-5
	Срок КМ:	19	20	22	22	22
Текущий контроль прохождения практики		+	+	+	+	+
Вес КМ:		10	30	30	20	10