

**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**

**Учебная практика: организационная 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-1 способен организовывать маркетинговые исследования в области СМИ	ИД-1 <sub>ПК-1</sub> Поиск статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- социальную значимость своей будущей профессии.</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- использовать знания в области экономики в своей профессиональной деятельности.</li> </ul>
	ИД-2 <sub>ПК-1</sub> Поиск и отбор организаций, осуществляющих маркетинговые исследования, проводящих социологические опросы, предоставление информации и оказание иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методы и средства защиты персонала и населения от воздействия антропогенных факторов, в том числе при чрезвычайных ситуациях.</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- работать с информацией в глобальных компьютерных сетях.</li> </ul>
	ИД-3 <sub>ПК-1</sub> Составление и заключение договоров на проведение маркетингового исследования, социологического опроса, о предоставлении информации или оказании иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основные принципы обеспечения безопасности человека на производстве.</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- использовать нормативные правовые документы в своей деятельности.</li> </ul>

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения
	ИД-4 <sub>ПК-1</sub> Контроль выполнения договора, приемка результатов маркетингового исследования, социологического опроса, иных работ и услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- механизмы реализации и способы защиты прав человека и гражданина в России.</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- применять в организационно-управленческих целях принципы дефектологии.</li> </ul>
	ИД-5 <sub>ПК-1</sub> Анализ на основании имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методы оценки эффективности кампаний.</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- совместно работать в команде над поставленной задачей.</li> </ul>
	ИД-6 <sub>ПК-1</sub> Определение целевой аудитории потребителей продукции СМИ	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- правила создания текстов.</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- встраивать и учитывать при социальном и профессиональном общении историческое наследие и социокультурные традиции различных социальных групп.</li> </ul>
ПК-4 способен проводить контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ	ИД-1 <sub>ПК-4</sub> Разработка системы показателей для оценки эффективности мероприятий по продвижению продукции СМИ	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- этапы организации коммуникационных кампаний.</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- распознавать стереотипы при восприятии партнера в коммуникации.</li> </ul>
	ИД-2 <sub>ПК-4</sub> Организация сбора информации об узнаваемости продвигаемой	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- копирайтинг.</li> </ul>

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения
	продукции СМИ, удовлетворенности потребителей, мнении потребителей о характеристиках продвигаемой продукции	<p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- вести деловые беседы, деловые переговоры, совещания.</li> </ul>
	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>- принципы дефектологии.</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта; работать в пресс-центрах, пресс-службах, в отделах печати, средствах массовой информации (СМИ), отделах по связям с общественностью, центрах общественных связей, отделах рекламы, в коммуникационных агентствах (ПК-планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия.</li> </ul>
	ИД-4пк-4 Анализ эффективности продвижения продукции СМИ	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- права и обязанности, ответственность гражданина как участника конкретных правоотношений.</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- выстраивать социальные и профессиональные коммуникации.</li> </ul>
	ИД-5пк-4 Разработка предложений по корректировке стратегий и программ	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- способы интерпретации истории России в кон-</li> </ul>

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения
	продвижения продукции СМИ	<p>тексте управления организации.</p> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- оказывать первую помощь пострадавшему.</li> </ul>

### Содержание оценочных средств. Шкала и критерии оценивания.

#### Текущий контроль

Текущий контроль проводится в течение периода прохождения практики.

#### 9 семестр

№	Контрольные мероприятия	Оценка	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 дня 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	Выполнения 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

## **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. Выберите правильный перевод следующего русского предложения: Запрещается включать станок без разрешения
2. Прдемонстрируйте выразительные возможности грамматики
3. Приведите практические примеры: Невербальные средства деловой коммуникации
4. Специфика делового общения
5. Укажите принципы построения стратегии сотрудничества
6. Укажите причины использования некорректных приёмов аргументации
7. Фактор, который является доминирующим при цивилизационном подходе к изучению исторического процесса
8. Объясните что может стать причиной амфиболии - двусмысленности?
9. Типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью
10. Основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта
11. Механизмы контроля и оценки результативности и эффективности реализации программы продвижения
12. План коммуникационных мероприятий: определять целевую аудиторию, устанавливать коммуникационные цели, разрабатывать набор коммуникационных сообщений
13. Механизмы контроля и оценки результативности и эффективности реализации коммуникационного продукта

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 выносится оценка за 9 семестр.



**БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СТРУКТУРА ПРАКТИКИ****Учебная 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 Выполнения задания на практику в полном объеме

**Вид промежуточной аттестации – зачет с оценкой**

Трудоемкость практики - 3 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