

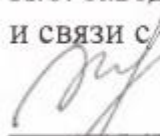
Государственное образовательное учреждение
«Приднестровский государственный университет им. Т.Г. Шевченко»

Институт государственного управления и социально-гуманитарных наук

Кафедра рекламы и связей с общественностью

УТВЕРЖДАЮ

И.о. заведующий кафедрой рекламы
и связи с общественностью

 Л.В. Колодка

Протокол №1 «04» 09. 2024 г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Б2.О.02.01(П) Профессионально-творческая практика

на 2024/2025 учебный год

на 2025/2026 учебный год

Направление

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль

Общий

Квалификация

Бакалавр

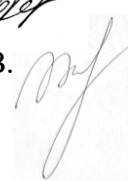
Форма обучения

Очная/Заочная

ГОД НАБОРА 2023

Разработали

Доцент Бондаренко Ю.С. 

Ст.преподаватель Колодка Л.В. 

«04» сентября 2024 г.

Тирасполь 2024 г.

Паспорт фонда оценочных средств по учебной дисциплине

В результате изучения дисциплины **«Профессионально-творческая практика»** у обучающихся должны быть сформированы следующие компетенции:

Категория компетенций	Код и наименование компетенций	Код и наименование достижения компетенций
<i>Обязательные профессиональные компетенции и индикаторы их достижения</i>		
Организация процесса создания коммуникационного продукта	ПК-1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ИД-1 ПК-1. Выполняет 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 ИД-1 ПК-1. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии ИД-1 ПК-1. Участствует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры
Осуществление авторской деятельности по созданию текста рекламы / связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта с учетом специфики разных каналов коммуникации	ПК-2. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ИД ПК 2.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта ИД ПК 2.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта ИД ПК 2.3. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании
Участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного	ПК-3. способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации	ИД ПК 3.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью ИД ПК 3.2. Готовит основные документы по

проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	коммуникационного продукта	сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью ИД ПК 3.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR кампании при создании коммуникационного продукта
Продвижение социально значимых ценностей с помощью коммуникационного продукта	ПК-4. Продвижение социально значимых ценностей с помощью коммуникационного продукта социальной ответственности	ИД ПК 4.1. Участствует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы ИД ПК 4.1. При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной Социальной ответственности ИД ПК 4.1. Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде
Продвижение коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации	ПК-5. Участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью Участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	ИД ПК 5.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта ИД ПК 5.2. Принимает участие в организации и выполнении Маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта ИД ПК 5.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами

2. Программа оценивания контролируемой компетенции:

Текущая аттестация	Контролируемые модули, разделы (темы) дисциплины	Код контролируемой компетенции	Наименование оценочного средства
1	Этап подготовки к практике	ПК-5, ПК-4, ПК-3, ПК-2, ПК-1	Беседа. Устный опрос
2	Этап реализации	ПК-5, ПК-4, ПК-3, ПК-2, ПК-1	Беседа. Дискуссия студентов по теме
3	Этап контроля и анализа	ПК-5, ПК-4, ПК-3, ПК-2, ПК-1	Беседа. Дискуссия студентов по теме
Промежуточная аттестация		Код контролируемой компетенции	Наименование оценочного средства
		ПК-5, ПК-4, ПК-3, ПК-2, ПК-1	Комплект вопросов для зачета с оценкой

Государственное образовательное учреждение
«Приднестровский государственный университет им. Т.Г. Шевченко»

Институт государственного управления и социально-гуманитарных наук

Кафедра рекламы и связей с общественностью

Примерный перечень тем бесед/дискуссий студентов по теме
по *«Профессионально-творческая практика»*

1. Профессиональная этика ПР специалиста.
2. Моральные критерии ПР деятельности.
3. Этические аспекты деятельности специалиста ПР.
4. Личность ПР специалиста: критерии профессионального и нравственного совершенствования.
5. Техническое обеспечение агентства на базе практики.
6. Правила поведения при работе с техникой.
7. Знакомство с работой структурных подразделений базы практики.
8. Круг профессиональных обязанностей специалиста по рекламе.
9. Специфика взаимодействия с клиентом рекламного агентства.
10. Юридическая ответственность сторон.

В течение недели после прохождения практики студент должен представить на кафедру комплект следующей отчетной документации:

1. План (график) прохождения учебной практики (подписанный руководителем практики от предприятия);
2. Дневник прохождения учебной практики (подписанный руководителем практики от предприятия);
3. Отзыв руководителя учебной практики от предприятия (подписанный руководителем практики от предприятия, подпись должна быть заверена печатью).
4. Отчет по учебной практике (печатный и электронный вариант, презентация). Отчет должен быть подписан руководителем практики от предприятия.

Требования к оформлению отчетной документации: Шрифт Time New Roman, 14 пт через 1.5 интервала. Поля следующих размеров: верхнее – 2,0 см.; нижнее – 2,0 см.; левое – 3см.; правое – 1,5 см. Для нумерации использовать положение внизу страницы посередине, нумерацию текста начинать от титульного листа (титульный лист не нумеровать). Переплет отчета может быть произвольным и исключать рассыпание листов

Государственное образовательное учреждение
«Приднестровский государственный университет им. Т.Г. Шевченко»

Институт государственного управления и социально-гуманитарных наук

Кафедра рекламы и связей с общественностью

Примерный список вопросов к зачету с оценкой
по *«Профессионально-творческая практика»*

Вопросы на защите отчета по учебной практике (ознакомительная практика)

1. Что нового Вы узнали на практике?
2. Расскажите о целях и назначении работы, выполненной Вами на практике?
3. С какими проблемами вы столкнулись на практике?
4. Как Вы оцениваете учебную практику? Есть ли у Вас замечания по организации практики и предложения по её совершенствованию?
5. Опишите личный вклад в выполнении темы учебной практики.
6. Какие виды рекламных акций Вы узнали при выполнении учебной практики на предприятии.
7. В чем суть технического задания?
8. Опишите пункты плана рекламных мероприятий предполагаемого заказчика.
9. Какова процедура взаимодействия заказчика, промоутера и руководителя в процессе работы над рекламным продуктом?

Защита отчета по практике проводится в срок не позднее 7 дней от начала учебного процесса после окончания практики перед комиссией, назначенной заведующим выпускающей кафедрой. В состав комиссии входит руководитель практики от кафедры.

Студенту предоставляется время до 10 минут для доклада по итогам практики. Затем ему могут быть заданы вопросы по программе практики, после чего комиссия выставляет оценку по пятибалльной системе. При этом комиссия учитывает:

- качество выполнения программы практики;
- качество содержания и оформления отчета;
- творческий подход студента при выполнении индивидуального задания на практику;
- качество защиты (доклад, презентация, ответы на вопросы).

Оценка по практике приравнивается к оценкам по теоретическому обучению и учитывается при подведении итогов общей успеваемости студентов и при рассмотрении вопроса о назначении стипендии.

Студенты, не выполнившие программу практики по уважительной причине, направляются на практику вторично, в свободное от учебы время.

Студенты, не выполнившие программу практики без уважительной причины или получившие отрицательную оценку, могут быть отчислены из высшего учебного заведения как имеющие академическую задолженность в порядке, предусмотренном уставом вуза.

Критерии оценивания:

Оценка **«отлично»** ставится, если задания выполнены в полном объеме и качественно, обучающийся проявил высокий уровень активности и самостоятельности, соблюдены требования к оформлению представленного материала и сроки выполнения.

Оценка **«хорошо»** ставится, если задания выполнены в полном объеме, но имеются отдельные недостатки в оформлении представленного материала и/или нарушены сроки сдачи выполненных заданий.

Оценка **«удовлетворительно»** ставится, если задания в целом выполнены, однако имеются недостатки при выполнении отдельных из них, имеются несоответствия по оформлению собранного материала и/или нарушены сроки сдачи выполненных заданий.

Оценка **«неудовлетворительно»** ставится, если задания выполнены лишь частично, содержание задания не соответствует программе практики, имеются несоответствия по оформлению собранного материала и/или нарушены сроки сдачи выполненных заданий.