

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Шебзузов Татьяна Александровна

Должность: Директор Пятигорского института (филиал) Северо-Кавказского

федерального университета

Дата подписания: 11.06.2024 12:04:38

Уникальный программный ключ:

d74ce93cd40e39275c3ba2f58486412a1c8ef96f

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение

высшего образования

«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Пятигорский институт (филиал) СКФУ

УТВЕРЖДАЮ

Зам. директора по учебной работе

Пятигорского института (филиала) СКФУ

Н.В. Данченко

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по производственной практике

Профессиональная проектная практика

Направление подготовки

Направленность (профиль)

Год начала обучения

Форма обучения

Реализуется в

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Коммуникативные технологии и реклама

2024

очная

6 семестре

Разработано

Доцентом кафедры «Финансы и бухгалтерский учет»

Голушко Е.В

Введение

1 Назначение: фонды оценочных средств ориентированы на оценку достижения запланированные в образовательной программе результаты обучения и уровень форсированности всех компетенций, заявленных в образовательной программе.

2. ФОС является приложением к программе практики «Профессиональная проектная практика

3. Разработчик: Голушко Е.В., доцент кафедры Финансов и бухгалтерского учета

4 Проведена экспертиза ФОС. Члены экспертной группы:

Председатель: Новосёлова Н.Н., зав кафедрой финансов и бухгалтерского учета
Новоселов С.Н., профессор кафедры финансов и бухгалтерского учета
Есакова Е.Е., доцент кафедры финансов и бухгалтерского учета

Представитель организации-работодателя
Носолева В.А., директор ООО «Финэкс»

Экспертное заключение: данный ФОС соответствует требованиям ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

.

5 Срок действия ФОС определяется сроком реализации образовательной программы.

1. Описание показателей и критериев оценивания на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Уровни сформированности компетенци(ий), индикатора (ов)	Дескрипторы			
	Минимальный уровень не достигнут (Неудовлетворительно) 2 балла	Минимальный уровень (удовлетворительно) 3 балла	Средний уровень (хорошо) 4 балла	Высокий уровень (отлично) 5 баллов
Компетенция: УК-1 Способность осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач				
Индикатор: ИД-1 УК-1 Выделяет проблемную ситуацию, осуществляет ее многофакторный анализ и диагностику на основе системного подхода	Не способен выделять проблемную ситуацию, осуществлять ее многофакторный анализ и диагностику на основе системного подхода	В недостаточной мере способен выделять проблемную ситуацию, осуществлять ее многофакторный анализ и диагностику на основе системного подхода	В целом выделяет проблемную ситуацию, осуществляет ее многофакторный анализ и диагностику на основе системного подхода	На высоком уровне выделяет проблемную ситуацию, осуществляет ее многофакторный анализ и диагностику на основе системного подхода
Индикатор: ИД-2 УК-1 Осуществляет поиск, отбор и систематизацию информации для определения альтернативных вариантов стратегических решений в проблемной ситуации	Не осуществляет поиск, отбор и систематизацию информации для определения альтернативных вариантов стратегических решений в проблемной ситуации	В недостаточной мере осуществляет поиск, отбор и систематизацию информации для определения альтернативных вариантов стратегических решений в проблемной ситуации	В целом осуществляет поиск, отбор и систематизацию информации для определения альтернативных вариантов стратегических решений в проблемной ситуации	На высоком уровне осуществляет поиск, отбор и систематизацию информации для определения альтернативных вариантов стратегических решений в проблемной ситуации
Индикатор: ИД-3 УК-1 Определяет и оценивает риски возможных вариантов решений проблемной ситуации, выбирает оптимальный вариант ее решения	Не определяет и оценивает риски возможных вариантов решений проблемной ситуации, выбирает оптимальный вариант ее решения	В недостаточной мере определяет и оценивает риски возможных вариантов решений проблемной ситуации, выбирает оптимальный вариант ее решения	В целом определяет и оценивает риски возможных вариантов решений проблемной ситуации, выбирает оптимальный вариант ее решения	На высоком уровне определяет и оценивает риски возможных вариантов решений проблемной ситуации, выбирает оптимальный вариант ее решения
Компетенция: УК-3 Способность осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде				
Индикатор: ИД-1 УК-3 Участует в межличностном и групповом взаимодействии, используя инклюзивный подход, эффективную коммуникацию, методы командообразования и командного взаимодействия при совместной работе в рамках поставленной задачи	Не участвует в межличностном и групповом взаимодействии, используя инклюзивный подход, эффективную коммуникацию, методы командообразования и командного взаимодействия при совместной работе в рамках поставленной задачи	Не в полной мере участвует в межличностном и групповом взаимодействии, используя инклюзивный подход, эффективную коммуникацию, методы командообразования и командного взаимодействия при совместной работе в рамках поставленной задачи	В достаточной степени участвует в межличностном и групповом взаимодействии, используя инклюзивный подход, эффективную коммуникацию, методы командообразования и командного взаимодействия при совместной работе в рамках поставленной задачи	На высоком уровне участвует в межличностном и групповом взаимодействии, используя инклюзивный подход, эффективную коммуникацию, методы командообразования и командного взаимодействия при совместной работе в рамках поставленной задачи

				задачи
<i>Индикатор:</i> ИД-2 УК-3 Обеспечивает работу команды для получения оптимальных результатов совместной работы, с учетом индивидуальных возможностей её членов, использования методологии достижения успеха, методов, информационных технологий и технологий форсайта	Не обеспечивает работу команды для получения оптимальных результатов совместной работы, с учетом индивидуальных возможностей её членов, использования методологии достижения успеха, методов, информационных технологий и технологий форсайта	Не в полной мере обеспечивает работу команды для получения оптимальных результатов совместной работы, с учетом индивидуальных возможностей её членов, использования методологии достижения успеха, методов, информационных технологий и технологий форсайта	В достаточной степени обеспечивает работу команды для получения оптимальных результатов совместной работы, с учетом индивидуальных возможностей её членов, использования методологии достижения успеха, методов, информационных технологий и технологий форсайта	На высоком уровне обеспечивает работу команды для получения оптимальных результатов совместной работы, с учетом индивидуальных возможностей её членов, использования методологии достижения успеха, методов, информационных технологий и технологий форсайта;
<i>Индикатор:</i> ИД-3 УК-3 Обеспечивает выполнение поставленных задач на основе мониторинга командной работы и своевременного реагирования на существенные отклонения	Не обеспечивает выполнение поставленных задач на основе мониторинга командной работы и своевременного реагирования на существенные отклонения	Не в полной мере обеспечивает выполнение поставленных задач на основе мониторинга командной работы и своевременного реагирования на существенные отклонения	В достаточной степени обеспечивает выполнение поставленных задач на основе мониторинга командной работы и своевременного реагирования на существенные отклонения	На высоком уровне обеспечивает выполнение поставленных задач на основе мониторинга командной работы и своевременного реагирования на существенные отклонения
<i>Компетенция: УК-9 Способность принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности</i>				
<i>Индикатор:</i> ИД-1 УК-9 Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике	Не понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике	Плохо понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике	В целом понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике	Хорошо понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике
<i>Индикатор:</i> ИД-2 УК-9 Применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей	Не применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей	В недостаточной мере применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей	В целом применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей	На высоком уровне применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей
<i>Индикатор:</i> ИД-3 УК-9 Использует финансовые инструменты для управления личными финансами, контролирует собственные экономические и финансовые риски	Не использует финансовые инструменты для управления личными финансами, контролирует собственные экономические и финансовые риски	Не в полной мере использует финансовые инструменты для управления личными финансами, контролирует собственные экономические и финансовые риски	В целом использует финансовые инструменты для управления личными финансами, контролирует собственные экономические и финансовые риски	На высоком уровне использует финансовые инструменты для управления личными финансами, контролирует собственные экономические и финансовые риски

<i>Компетенция: УК-10 Способность формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению</i>				
<i>Индикатор:</i> ИД-1 УК-10 Знаком с действующими правовыми нормами, обеспечивающими борьбу с коррупцией в различных областях жизнедеятельности, со способами профилактики коррупции и формирования нетерпимого отношения к ней	Не знаком с действующими правовыми нормами, обеспечивающими борьбу с коррупцией в различных областях жизнедеятельности, со способами профилактики коррупции и формирования нетерпимого отношения к ней	Не в полной мере знаком с действующими правовыми нормами, обеспечивающими борьбу с коррупцией в различных областях жизнедеятельности, со способами профилактики коррупции и формирования нетерпимого отношения к ней	В достаточной степени знаком с действующими правовыми нормами, обеспечивающими борьбу с коррупцией в различных областях жизнедеятельности, со способами профилактики коррупции и формирования нетерпимого отношения к ней	На высоком уровне знаком с действующими правовыми нормами, обеспечивающими борьбу с коррупцией в различных областях жизнедеятельности, со способами профилактики коррупции и формирования нетерпимого отношения к ней
<i>Индикатор:</i> ИД-2 УК-10 предупреждает коррупционные риски в профессиональной деятельности; исключает вмешательство в свою профессиональную деятельность в случаях склонения к коррупционным правонарушениям	Не знает о предупреждении коррупционных рисков в профессиональной деятельности; исключает вмешательство в свою профессиональную деятельность в случаях склонения к коррупционным правонарушениям	Не в полной мере знает о предупреждении коррупционных рисков в профессиональной деятельности; исключает вмешательство в свою профессиональную деятельность в случаях склонения к коррупционным правонарушениям	В достаточной степени знает о предупреждении коррупционных рисков в профессиональной деятельности; исключает вмешательство в свою профессиональную деятельность в случаях склонения к коррупционным правонарушениям	о предупреждении коррупционных рисков в профессиональной деятельности; исключает вмешательство в свою профессиональную деятельность в случаях склонения к коррупционным правонарушениям
<i>Индикатор:</i> ИД-3 УК-10 Взаимодействует в обществе на основе нетерпимого отношения к коррупции	Не взаимодействует в обществе на основе нетерпимого отношения	Не в полной мере взаимодействует в обществе на основе нетерпимого отношения	В достаточной степени взаимодействует в обществе на основе нетерпимого отношения	На высоком уровне знает взаимодействует в обществе на основе нетерпимого отношения
<i>Компетенция: ПК-2 Создание информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного</i>				
<i>Индикатор:</i> ИД-1 ПК-2 Знает способы создания информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью ю	Не знает способы создания информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью.	Знает в недостаточной мере способы создания информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью.	Знает в целом способы создания информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью.	Знает способы создания информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью.
<i>Индикатор:</i> ИД-2 ПК-2 Умеет создавать информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью ю, применять творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта.	Не умеет создавать информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью ю, применять творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта.	Умеет в недостаточной мере создавать информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью ю, применять творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта.	Умеет в целом создавать информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью ю, применять творческие решения с учетом мирового и отечественного	Умеет создавать информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью ю, применять творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта.

[illegible]

<i>Индикатор:</i> ИД-2 ПК-10 Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами	Не осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами	Осуществляет в недостаточной мере мониторинг обратной связи с разными целевыми группами	Осуществляет в целом мониторинг обратной связи с разными целевыми группами	Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами
<i>Индикатор:</i> ИД-3 ПК-10 Владеет навыками мониторинга обратной связи с разными целевыми группами	Не владеет навыками мониторинга обратной связи с разными целевыми группами	Владеет в недостаточной мере навыками мониторинга обратной связи с разными целевыми группами	Владеет в целом навыками мониторинга обратной связи с разными целевыми группами	Владеет навыками мониторинга обратной связи с разными целевыми группами

Компетенция: ПК-11 Выполнение функционала линейного менеджера в рамках текущей отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью.

<i>Индикатор:</i> ИД-1 ПК-11 Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью с использованием современных информационно-коммуникационных и интеллектуальных технологий	Не выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью с использованием современных информационно-коммуникационных и интеллектуальных технологий	Выполняет в недостаточной мере функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью с использованием современных информационно-коммуникационных и интеллектуальных технологий	Выполняет в целом функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью с использованием современных информационно-коммуникационных и интеллектуальных технологий	Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью с использованием современных информационно-коммуникационных и интеллектуальных технологий
<i>Индикатор:</i> ИД-2 ПК-11 Выбирает и использует подходящие ИТ-решения при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью	Не выбирает и не использует подходящие ИТ-решения при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью	Выбирает и использует в недостаточной мере подходящие ИТ-решения при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью	Выбирает и использует в целом подходящие ИТ-решения при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью	Выбирает и использует подходящие ИТ-решения при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью
<i>Индикатор:</i> ИД-3 ПК-11 Выполняет функционал линейного менеджера в различных средах, в т.ч. инструментальных, с помощью программно-технических платформ и программных средств	Не выполняет функционал линейного менеджера в различных средах, в т.ч. инструментальных, с помощью программно-технических платформ и программных средств	Выполняет в недостаточной мере функционал линейного менеджера в различных средах, в т.ч. инструментальных, с помощью программно-технических платформ и программных средств	Выполняет в целом функционал линейного менеджера в различных средах, в т.ч. инструментальных, с помощью программно-технических платформ и программных средств	Выполняет функционал линейного менеджера в различных средах, в т.ч. инструментальных, с помощью программно-технических платформ и программных средств

[illegible]

Компетенция: ПК-14 Использование технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде.				
Индикатор: ИД-1 ПК-14 Знает технологии медиарилейшнз и медиапланирования	Не знает технологии медиарилейшнз и медиапланирования	Знает в недостаточной мере технологии медиарилейшнз и медиапланирования	Знает в целом технологии медиарилейшнз и медиапланирования	Знает технологии медиарилейшнз и медиапланирования
Индикатор: ИД-2 ПК-14 При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде	При реализации коммуникационного продукта не использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде	При реализации коммуникационного продукта использует в недостаточной мере технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде	При реализации коммуникационного продукта использует в целом технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде	При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде
Индикатор: ИД-3 ПК-14 Владеет технологиями медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде	Не владеет технологиями медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде	Владеет в недостаточной мере технологиями медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде	Владеет в целом технологиями медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде	Владеет технологиями медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде
Компетенция: ПК-15 При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде				
Индикатор: ИД-1 ПК-15 Знает основные технологии копирайтинга	Не знает основные технологии копирайтинга	Знает в недостаточной мере основные технологии копирайтинга	Знает в целом основные технологии копирайтинга	Знает основные технологии копирайтинга
Индикатор: ИД-2 ПК-15 При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде	При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью не использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде	При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует в недостаточной мере основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде	При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует в целом основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде	При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде
Индикатор: ИД-3 ПК-15 Владеет навыками копирайтинга с учетом особенностей размещения в онлайн и офлайн среде	Не владеет навыками копирайтинга с учетом особенностей размещения в онлайн и офлайн среде	Владеет в недостаточной мере навыками копирайтинга с учетом особенностей размещения в онлайн и офлайн среде	Владеет в целом навыками копирайтинга с учетом особенностей размещения в онлайн и офлайн среде	Владеет навыками копирайтинга с учетом особенностей размещения в онлайн и офлайн сред
Компетенция: ПК-16 Применение основных технологий организации специальных мероприятий в работе с различными группами.				
Индикатор: ИД-1 ПК-16 Знает технологии организации специальных мероприятий с различными целевыми	Не знает технологии организации специальных мероприятий с различными целевыми группами	Знает в недостаточной мере технологии организации специальных мероприятий с различными	Знает в целом технологии организации специальных мероприятий с различными целевыми группами	Знает технологии организации специальных мероприятий с различными целевыми группами

группами		целевыми группами		
<i>Индикатор:</i> ИД-2 ПК-16 Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами	Не применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами	Применяет в недостаточной мере основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами	Применяет в целом основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами	Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами
<i>Индикатор:</i> ИД-3 ПК-16 Владеет технологиями организации специальных мероприятий с различными целевыми группами	Не владеет технологиями организации специальных мероприятий с различными целевыми группами	Владеет в недостаточной мере технологиями организации специальных мероприятий с различными целевыми группами	Владеет в целом технологиями организации специальных мероприятий с различными целевыми группами	Владеет технологиями организации специальных мероприятий с различными целевыми группами
<i>Компетенция: ПК-17 Участие в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций.</i>				
<i>Индикатор:</i> ИД-1 ПК-17 Знает инструменты внутренних коммуникаций	Не знает инструменты внутренних коммуникаций.	Знает в недостаточной мере инструменты внутренних коммуникаций	Знает в целом инструменты внутренних коммуникаций	Знает инструменты внутренних коммуникаций
<i>Индикатор:</i> ИД-2 ПК-17 Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций	Не участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций	Участвует в недостаточной мере в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций	Участвует в целом в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций	Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций
<i>Индикатор:</i> ИД-3 ПК-17 Владеет навыками формирования корпоративной культуры организации	Не владеет навыками формирования корпоративной культуры организации	Владеет в недостаточной мере навыками формирования корпоративной культуры организации	Владеет в целом навыками формирования корпоративной культуры организации	Владеет навыками формирования корпоративной культуры организации
<i>Компетенция: ПК-18 Использование современных технических основных технологий цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта.</i>				
<i>Индикатор:</i> ИД-1 ПК-18 Знает основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта	Не знает основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта	Знает в недостаточной мере основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта	Знает в целом основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта	Знает основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью, реализации коммуникационно о продукта
<i>Индикатор:</i> ИД-2 ПК-18 Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов	Не использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов	Использует в недостаточной мере современные технические средства и основные технологии цифровых	Использует в целом современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов	Использует современные технические средства и основные технологии цифровых

[illegible]

ПК-7	ИД-3	способность разрабатывать	Задание 3	Выполнение зачетного задания; обработка данных эмпирического исследования Заполнение дневника практики; заполнение отчета по практике.
ПК-8.	ИД-1	стратегические концепции и бизнес-		
ПК8	ИД-2	планы проектов, задания на их		
ПК-8	ИД-3	разработку, осуществлять руководство		
ПК-9	ИД-1	проектной деятельностью		
ПК-9	ИД-2			
ПК-9	ИД-3	способность оценивать качество и		
ПК-10	ИД-1	эффективность с учетом возможностей		
ПК-10	ИД-2	использования современных методов их		
ПК-10	ИД-3	реализации , контроля и корректировки		
ПК-11	ИД-1			
ПК-11	ИД-2	способность использовать элементы		
ПК-11	ИД-3	экономического анализа в практической		
ПК-12	ИД-1	деятельности и разрабатывать технико-		
ПК-12	ИД-2	экономические обоснования проектов		
ПК-12	ИД-3			
ПК-13	ИД-1			
ПК-13	ИД-2			
ПК-13	ИД-3			
ПК-14	ИД-1			
ПК-14	ИД-2			
ПК-14	ИД-3			
ПК-15	ИД-1			
ПК-15	ИД-2			
ПК-15	ИД-3			
ПК-16	ИД-1			
ПК-16	ИД-2			
ПК-16	ИД-3			
ПК-17	ИД-1			
ПК-17	ИД-2			
ПК-17	ИД-3			
ПК-18	ИД-1			
ПК-18	ИД-2			
ПК-18	ИД-3			
ПК- 19.1				
ПК-19.2				
ПК-19.3				
ПК-20.2				
ПК-20.3				

2.2. Задания, позволяющие оценить умения и навыки, полученные на практике

Формируемые компетенции, индикаторы		Формулировка задания			
Код компетенции	Формулировки				
УК-1 ИД-1 УК-1 ИД-2 УК-1 ИД-3 УК-3 ИД-1 УК-3 ИД-2 УК-3 ИД-3 УК-9 ИД-1 УК-9 ИД-2 УК-9 ИД-3 УК-10 ИД-1 УК-10 ИД-2 УК-10 ИД-3 ПК-2 ИД-1 ПК-2 ИД-2 ПК-2 ИД-3 ПК-3 ИД-1	способность разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, задания на их разработку, осуществлять руководство проектной деятельностью	Задание 1	Знакомство с организацией, изучение условий функционирования организации Изучение управленческой документации организации		
ПК-3 ИД-2 ПК-3 ИД-3 ПК-4 ИД-1 ПК-4 ИД-2 ПК-4 ИД-3 ПК-5 ИД-1 ПК-5 ИД-2 ПК-5 ИД-3 ПК-6 ИД-1 ПК-6 ИД-2 ПК-6 ИД-3 ПК-7 ИД-1 ПК-7 ИД-2 ПК-7 ИД-3 ПК-8 ИД-1 ПК-8 ИД-2	способность осуществлять качество и эффективность проектов с учетом возможностей использования современных методов реализации, контроля и корректировки				
ПК-8 ИД-3 ПК-9 ИД-1 ПК-9 ИД-2 ПК-9 ИД-3 ПК-10 ИД-1 ПК-10 ИД-2 ПК-10 ИД-3 ПК-11 ИД-1 ПК-11 ИД-2 ПК-11 ИД-3 ПК-12 ИД-1 ПК-12 ИД-2 ПК-12 ИД-3 ПК-13 ИД-1 ПК-13 ИД-2 ПК-13 ИД-3 ПК-14 ИД-1 ПК-14 ИД-2 ПК-14 ИД-3 ПК-15 ИД-1	способность использовать элементы экономического анализа в практической деятельности и разрабатывать технико-экономические обоснования проектов				
	способность разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, задания на их разработку, осуществлять руководство проектной деятельностью			Задание 2	Изучение социально-экономических условий и особенностей функционирования организации
	способность оценивать качество и эффективность проектов с учетом возможностей использования современных методов их реализации, контроля и корректировки				
	способность использовать элементы экономического анализа в практической деятельности и разрабатывать технико-экономические обоснования проектов				
	способность разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, задания на их разработку, осуществлять руководство проектной деятельностью	Задание 3	Изучение информационной системы предприятия Обработка и анализ полученной информации .		
	способность оценивать качество и эффективность проектов с учетом возможностей использования современных методов их реализации, контроля и корректировки				
	способность использовать элементы экономического анализа в практической деятельности и разрабатывать технико-экономические обоснования проектов				

ПК-15 ИД-2			
ПК-15 ИД-3			
ПК-16 ИД-1			
ПК-16 ИД-2			
ПК-16 ИД-3			
ПК-17 ИД-1			
ПК-17 ИД-2			
ПК-17 ИД-3			
ПК-18 ИД-1			
ПК-18 ИД-2			
ПК-18 ИД-3			
ПК- 19.1			
ПК-19.2			
ПК-19.3			
ПК-20.2			
ПК-20.3			

3. Критерии оценивания компетенций

Оценка **«отлично»** выставляется студенту, если он создает тексты рекламы и связей общественностью любого уровня сложности с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта; создает сценарии для специальных событий и мероприятий с учетом специфики коммуникационных задач; формулирует целевой репутационный образ организации/компания/персоны; интегрирует коммуникации для эффективной реализации коммуникационной стратегии; выполняет функционал руководителя линейного/функционального подразделения отдела по рекламе и связям с общественностью организации или коммуникационного/ рекламного/ PR-агентства; организует работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры; контролирует и регулирует ход выполнения проектной работы в сфере рекламы и связей с общественностью; на основании знания специфики функционирования предприятий современной коммуникационной индустрии выстраивает работу подразделения /предприятия, применяет технологии организации коммуникационной работы; применяет методы качественного и количественного анализа информационного поля, методы работы с открытыми данными и большими объемами информации; получает, интерпретирует и представляет результаты исследования. На основе исследования составляет практические рекомендации и прогнозирует тенденции коммуникационной сферы; использует современные онлайн и офлайн технологии выстраивания коммуникаций с разными стейкхолдерами (органами государственной власти, финансовым сообществом, медиа, локальными сообществами, потребителями, общественными организациями); разрабатывает и применяет современные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми аудиториями использует технические средства и интегрирует современные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта; отбирает аналитические методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта и применяет их на практике; проводит анализ ситуации и разрабатывает проекты и кампании в сфере рекламы и связей с общественностью; способен разрабатывать проекты в структуре медиа предприятий, управлять проектной работой в сети Интернет, внедрять бизнес-стратегии в практику медиаконпании; сдал все задания, подготовил отчет.

Оценка **«хорошо»** выставляется студенту, если он создает тексты рекламы и связей с общественностью любого уровня сложности с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта; создает сценарии для специальных событий и мероприятий с учетом специфики коммуникационных задач; формулирует целевой репутационный образ организации/компании/ персоны; интегрирует коммуникации для эффективной реализации коммуникационной стратегии; выполняет функционал руководителя линейного/функционального подразделения отдела по рекламе и связям с общественностью организации или коммуникационного/рекламного/ PR- агентства; организывает работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры; контролирует и регулирует ход выполнения проектной работы в сфере рекламы и связей с общественностью; на основании знания специфики функционирования предприятий современной коммуникационной индустрии выстраивает работу подразделения /предприятия, применяет технологии организации коммуникационной работы; применяет методы качественного и количественного анализа информационного поля, методы работы с открытыми данными и большими объемами информации; получает, интерпретирует и представляет результаты исследования. На основе исследования составляет практические рекомендации и прогнозирует тенденции коммуникационной сферы; использует современные онлайн и офлайн технологии выстраивания коммуникаций с разными стейкхолдерами (органами государственной власти, финансовым сообществом, медиа, локальными сообществами, потребителями, общественными организациями); разрабатывает и применяет современные технологии организаций специальных мероприятий в работе с различными целевыми аудиториями использует технические средства и интегрирует современные технологии цифровых коммуникаций текстов рекламы и связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта; отбирает аналитические методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта и применяет их на практике; проводит анализ ситуации и разрабатывает проекты и кампании в сфере рекламы и связей с общественностью; способен разрабатывать проекты в структуре медиапредприятий, управлять проектной работой в сети Интернет, внедрять бизнес-стратегии в практику медиакомпаний;; сдал все задания на 80%, подготовил отчет.

Оценка **«удовлетворительно»** выставляется студенту, если он создает тексты рекламы и связей с общественностью любого уровня сложности с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта; создает сценарии для специальных событий и мероприятий с учетом специфики коммуникационных задач; формулирует целевой репутационный образ организации/компании/ персоны; интегрирует коммуникации для эффективной реализации коммуникационной стратегии; выполняет функционал руководителя линейного/функционального подразделения отдела по рекламе и связям с общественностью организации или коммуникационного/рекламного/ PR-агентства; организывает работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры; контролирует и регулирует ход выполнения проектной работы в сфере рекламы и связей с общественностью; на основании знания специфики функционирования предприятий современной коммуникационной индустрии выстраивает работу подразделения /предприятия, применяет технологии организации коммуникационной работы; применяет методы качественного и количественного анализа информационного поля, методы работы с открытыми данными и большими объемами информации; получает, интерпретирует и представляет результаты исследования. На основе исследования составляет практические рекомендации и прогнозирует тенденции коммуникационной сферы; использует

современные онлайн и офлайн технологии выстраивания коммуникаций с разными стейкхолдерами (органами государственной власти, финансовым сообществом, медиа, локальными сообществами, потребителями, общественными организациями); разрабатывает и применяет современные технологTM организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми аудиториями использует технические средства и интегрирует современные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта; отбирает аналитические методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта и применяет их на практике; проводит анализ ситуации и разрабатывает проекты и кампании в сфере рекламы и связей с общественностью; способен разрабатывать проекты в структуре медиа предприятий, управлять проектной работой в сети Интернет, внедрять бизнес-стратегии в практику медиакомпаний;; сдал все задания на 60%, подготовил отчет.

Оценка **«неудовлетворительно»** выставляется студенту, если он создает тексты рекламы и связей с общественностью любого уровня сложности с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта; создает сценарии для специальных событий и мероприятий с учетом специфики коммуникационных задач; формулирует целевой репутационный образ организации/компании/ персоны; интегрирует коммуникации для эффективной реализации коммуникационной стратегии; выполняет функционал руководителя линейного/функционального подразделения отдела по рекламе и связям с общественностью организации или коммуникационного/ рекламного/ PR-агентства; организывает работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности корпоративной культуры; контролирует и регулирует ход выполнения проектной работы в сфере рекламы и связи с общественностью; на основании знания современных специфичных функций предприятий современной коммуникационной индустрии; выстраивает работу подразделения/предприятия, применяет технологии организации коммуникационной работы; применяет методы качественного и количественного анализа информационного поля, методы работы с открытыми данными и большими объемами информации; получает, интерпретирует и представляет результаты исследования. На основе исследования составляет практические рекомендации и прогнозирует тенденции коммуникационной сферы; использует современные онлайн и офлайн технологии выстраивания коммуникаций с разными стейкхолдерами (органами государственной власти, финансовым сообществом, медиа, локальными сообществами, потребителями, общественными организациями); разрабатывает и применяет современные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми аудиториями использует технические средства и интегрирует современные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта; отбирает аналитические методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта и применяет их на практике; проводит анализ ситуации и разрабатывает проекты и кампании в сфере рекламы и связей с общественностью; способен разрабатывать проекты в структуре медиапредприятий, управлять проектной работой в сети Интернет, внедрять бизнес-стратегии в практику медиакомпаний;; сдал все задания менее, чем на 50%, подготовил отчет.

4. Описание шкалы оценивания

Максимальная сумма баллов по **практике** устанавливается в **100** баллов и переводится в оценку по 5-балльной системе в соответствии со шкалой:

Шкала соответствия рейтингового балла 5-балльной системе

Рейтинговый балл	Оценка по 5-балльной системе
88 – 100	Отлично
72 – 87	Хорошо
53 – 71	Удовлетворительно
< 53	Неудовлетворительно

5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания и характеризующих этапы формирования компетенций

Процедура прохождения практики включает в себя следующие этапы: подготовительный, аналитический, завершающий. На каждом этапе практики осуществляется текущий контроль над процессом формирования компетенции при посещении ознакомительных лекций разработкой рабочего плана занятий, организацией и проведением контроля самостоятельной работы, подготовкой отчёта по практике.

Процедура прохождения производственной преддипломной практики включает в себя следующие этапы:

1. Подготовительный этап.

Студент составляет индивидуальный план прохождения практики при непосредственном контроле со стороны руководителя практики и утверждает его у руководителя практики от кафедры. При этом определяются временные рамки проведения исследований в соответствии со сроками практики и объемом общего и индивидуального задания, подлежащего выполнению. Таким образом, индивидуальный план представляет собой схему планируемого исследования и состоит из перечня связанных внутренней логикой направлений работ. План-график исследования определяет конкретные сроки выполнения этих работ.

Также на этом этапе проводятся организационные мероприятия, обеспечивающие выполнение плана: выдача руководителем практики от университета задания, проведение инструктажа по технике пожарной безопасности руководителем практики от профильной организации (базы практики), согласование графика работы практиканта, условий оснащения рабочего места, использования необходимого оборудования и программного обеспечения, доступа к литературным источникам, базам данных, взаимодействия с персоналом базового предприятия, получения необходимых консультаций и пр.

2. Аналитический этап.

Деятельность практиканта на этом этапе предусматривает несколько направлений работ.

2.1. Научно-исследовательская, аналитическая работа с применением современных информационных технологий в части изучения нормативно-правовых, методических, отчетных и прочих источников информации, позволяющих выполнить общее и индивидуальное задание.

2.2. Аналитическая работа в отношении объекта исследования.

3. Завершающий этап

3.1 Систематизация и анализ полученной информации.

На данном этапе практики студент-практикант обобщает собранный материал в соответствии с программой практики; определяет его достаточность и соответствие выданному задания на практику, оформляет аналитический отчет или информационный обзор в разрезе тематики индивидуального задания в форме тезисов научного доклада.

3.2. Составление отчета о результатах прохождения практики и представление его к защите.

Все результаты работы студент представляет в отчете о прохождении практики, структура и содержание которого должны отражать всю последовательность этапов прохождения практики и заданий, выполненных по итогам каждого пройденного этапа.

На каждом этапе практики осуществляется текущий контроль за процессом формирования компетенций.

Предлагаемые обучающемуся задания позволяют проверить компетенции УК-1 ИД-1 УК-1 ИД-2 УК-1 ИД-3 УК-3 ИД-1 УК-3 ИД-2 УК-3 ИД-3 УК-9 ИД-1 УК-9 ИД-2 УК-9 ИД-3 УК-10 ИД-1 УК-10 ИД-2 УК-10 ИД-3 ПК-2 ИД-1 ПК-2 ИД-2 ПК-2 ИД-3 ПК-3 ИД-1 ПК-3 ИД-2 ПК-3 ИД-3 ПК-4. ИД-1 ПК-4 ИД-2 ПК-4 ИД-3 ПК-5. ИД-1 ПК-5 ИД-2 ПК-5 ИД-3 ПК-6. ИД-1 ПК-6 ИД-2 ПК-6 ИД-3 ПК-7 ИД-1 ПК-7 ИД-2 ПК-7 ИД-3 ПК-8. ИД-1 ПК-8 ИД-2 ПК-8 ИД-3 ПК-9 ИД-1 ПК-9 ИД-2 ПК-9 ИД-3 ПК-10 ИД-1 ПК-10 ИД-2 ПК-10 ИД-3 ПК-11 ИД-1 ПК-11 ИД-2 ПК-11 ИД-3 ПК-12 ИД-1 ПК-12 ИД-2 ПК-12 ИД-3 ПК-13 ИД-1 ПК-13 ИД-2 ПК-13 ИД-3 ПК-14 ИД-1 ПК-14 ИД-2 ПК-14 ИД-3 ПК-15 ИД-1 ПК-15 ИД-2 ПК-15 ИД-3 ПК-16 ИД-1 ПК-16 ИД-2 ПК-16 ИД-3 ПК-17 ИД-1 ПК-17 ИД-2 ПК-17 ИД-3 ПК-18 ИД-1 ПК-18 ИД-2 ПК-18 ИД-3 ПК-19.1 ПК-19.2 ПК-19.3 ПК-20.2 ПК-20.3 ПК-20.3

При проверке задания, оцениваются:

- последовательность и рациональность выполнения заданий;
- точность и правильность расчетов.
- объем и качество проделанной работы;
- обобщение полученных на занятиях теоретических знаний;
- умение систематизировать и аннотировать имеющуюся литературу по исследуемой теме;
- самостоятельность студента в организации своей деятельности при выполнении задач;
- творческий подход в подготовке и проведении исследования, в анализе полученных результатов и формулировке выводов;
- умение логично и доказательно излагать свои мысли;
- четкость и своевременность выполнения программы практики.

При защите отчета оцениваются:

- полнота и грамотность ответов на поставленные вопросы;
- четкость изложения материала;
- свободное владение материалом и расчетами.

Обобщенная оценка защиты отчета по практике определяется с учётом отзыва руководителя практики.