

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Самарский национальный исследовательский
университет имени академика С.П. Королева»



САМАРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
SAMARA UNIVERSITY

УТВЕРЖДЕН

27 сентября 2024 года, протокол ученого совета
университета №2
Сертификат №: 20 08 е9 08 00 02 00 00 04 а9
Срок действия: с 27.02.24г. по 27.02.25г.
Владелец: проректор по учебной работе
А.В. Гаврилов

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПРАКТИКИ
ПРЕДДИПЛОМНАЯ ПРАКТИКА

Код плана	<u>420301-2024-О-ПП-4г00м-01</u>
Основная образовательная программа высшего образования по направлению подготовки (специальности)	<u>42.03.01 Реклама и связи с общественностью</u>
Профиль (программа)	<u>Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере</u>
Квалификация (степень)	<u>Бакалавр</u>
Блок, в рамках которого происходит освоение модуля (дисциплины)	<u>Б2</u>
Шифр дисциплины (модуля)	<u>Б2.О.05(Пд)</u>
Институт (факультет)	<u>Факультет филологии и журналистики</u>
Кафедра	<u>русской и зарубежной литературы и связей с общественностью</u>
Форма обучения	<u>очная</u>
Курс, семестр	<u>4 курс, 8 семестр</u>
Форма промежуточной аттестации	<u>зачет с оценкой</u>

Самара, 2024

1. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ С УКАЗАНИЕМ ЭТАПОВ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Паспорт фонда оценочных средств

Планируемые образовательные результаты	Этапы формирования компетенции	Оценочное средство
ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий		
ПК – 1.2 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии		
Знать тактики планирования мероприятий; уметь осуществлять тактическое планирование мероприятий; владеть применением тактик планирования мероприятий	Описание процессов, явлений и объектов, относящихся к сфере рекламы и связей с общественностью, проведение их оценки; определение проблемы решаемой посредством деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью; описание решения проблемы с помощью коммуникативных мероприятий и поиск способов оценки их эффективности.	Письменный отчет, устный доклад, собеседование
ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий		
ПК – 1.3 Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры		
Знать принципы организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры; уметь организовывать внутреннюю коммуникацию в соответствии с корпоративной идентичностью; владеть методами организации внутренней коммуникацией, соответствующей корпоративной идентичности	Описание процессов, явлений и объектов, относящихся к сфере рекламы и связей с общественностью, проведение их оценки; Определение проблемы, решаемой посредством Деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью; Описание решения проблемы с помощью коммуникативных мероприятий и поиск способов оценки их эффективности.	Письменный отчет, устный доклад, собеседование
ПК – 2 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта		
ПК – 2.1 Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта		
Знать принципы создания текстов рекламы и СО с учетом специфики каналов коммуникации; уметь создавать тексты рекламы и СО с учетом каналов коммуникации; владеть методами создания текстов рекламы и СО с учетом каналов коммуникации	Разработка и написание текстов рекламного характера и текстов связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации имеющегося мирового и отечественного опыта	Письменный отчет, устный доклад, собеседование
ПК – 2 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта		

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		
Знать принципы создания инфоповодов; уметь создавать инфоповоды; владеть методами создания инфоповодов	Разработка информационного (-ых) повода (-ов) для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью.	Письменный отчет, устный доклад, собеседование
ПК – 2 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта		
ПК – 2.4. Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде		
Знать инструменты трансляции миссии организации онлайн и офлайн; уметь транслировать миссию и философию организации онлайн и офлайн методами; владеть методами трансляции философии и миссии организации в онлайн и офлайн среде	Разработка и написание текстов рекламного характера и текстов связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации имеющегося мирового и отечественного опыта	Письменный отчет, устный доклад, собеседование
ПК – 3 Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта		
ПК – 3.3 Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами		
Знать принципы осуществления мониторинга целевых групп; уметь осуществлять мониторинг целевых групп общественности; владеть методами мониторинга целевых групп общественности	Разработка стратегии и тактики решения коммуникационных проблем объекта PR и рекламной деятельности, оценки эффективности принятых решений	Письменный отчет, устный доклад, собеседование
ПК-4 Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа		
ПК-4.3 Демонстрирует способность понимать, совершенствовать и применять цифровой инструментарий в ходе исследований в рамках профессиональной деятельности		
Знать принципы осуществления редакторской деятельности в соответствии с языковыми нормами; уметь осуществлять редакторскую правку в соответствии с языковыми нормами; владеть навыками осуществления редакторской правки в соответствии с языковыми нормами.	Разработка и написание текстов в соответствии с языковыми стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ	Письменный отчет, устный доклад, собеседование
ОПК – 7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности		

ОПК – 7.2 Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятыми профессиональным сообществом		
Знать принципы отбора информации в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами профессии; уметь осуществлять отбор информации в соответствии с профессиональной этикой; владеть методами отбора информации в соответствии с нормами профессиональной этики	Описание процессов, явлений и объектов, относящихся к сфере рекламы и связей с общественностью, проведение их оценки; определение проблемы, решаемой посредством деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью; описание решения проблемы с помощью коммуникативных мероприятий и поиск способов оценки их эффективности.	Письменный отчет, устный доклад, собеседование

ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ИЛИ ИНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

2.1. Письменный отчет

2.1.1 Содержание и оформление письменного отчета

По итогам прохождения практики обучающийся предоставляет руководителю практики от университета письменный отчет, содержащий следующие элементы:

1. Титульный лист.
2. Задание(я) для выполнения определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью (*при наличии*), для сбора и анализа данных и материалов, проведения исследований.
3. Описательная часть (*в соответствии с рабочей программой практики*).
4. Список использованных источников.
5. Приложения (*при наличии*).

Письменный отчет по практике в рамках описательной части включает разделы:

- Описание процессов, явлений и объектов, относящихся к сфере профессиональной деятельности, их оценку.
- Определение проблем, решаемых посредством деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью.
- Описание решения проблемы с помощью коммуникативных мероприятий и способов оценки их эффективности.

В письменном отчете должно быть отражено выполнение следующих заданий, направленных на формирование компетенций:

ПК-1 (ПК-1.2, ПК-1.3)

Содержание задания: описать основные особенности коммуникаций организации, по материалам которой проводится исследование.

Ответ должен содержать краткое описание организации и ее коммуникационной деятельности.

Содержание задания: определить коммуникационную проблему организации, которая будет лежать в основании определения цели ВКР.

Ответ должен формулировку цели ВКР, ее задач.

Содержание задания: определить основную теоретическую базу ВКР.

Ответ должен содержать краткую характеристику теоретической базы ВКР, позволившей решить коммуникационную проблему.

ПК-2 (ПК-2.1, ПК-2.2, ПК- 2.4)

Содержание задания: описать основные текстовые коммуникационные продукты организации.

Ответ должен содержать перечисление коммуникационных продуктов организации и определение их соответствия СМИ, через которые они распространяются.

Содержание задания: предложить коммуникационные продукты для решения выявленной коммуникационной проблемы организации.

Ответ должен содержать примеры (ы) разработанных в проекте коммуникационных продуктов.

Содержание задания: выбрать каналы коммуникации для распространения коммуникационных продуктов.

ПК-3 (ПК-3.3)

Содержание задания: определить степень использования коммуникационных технологий в развитии организации (ее стратегическом планировании).

Ответ должен содержать перечисление используемых в организации коммуникационных технологий.

Содержание задания: разработать стратегию решения коммуникационной проблемы.

Ответ должен содержать формулировку стратегии кампании, характеристику ее ЦА

Содержание задания: разработать тактику реализации коммуникационной стратегии.

Ответ должен содержать перечисление выбранных инструментов коммуникации.

ПК-4 (ПК-4.3)

Содержание задания: определить стили текстов, которые готовит организация для разных типов СМИ

Ответ должен содержать перечисление используемых в организации стилей текстов, которые готовит организация для разных типов СМИ.

Содержание задания: разработать не менее двух текстов для разных типов СМИ, с которыми сотрудничает организация, для которых она готовит тексты.

Ответ содержит не менее двух созданных текстов для разных видов СМИ.

Содержание задания: разработать типы (обосновать стили и жанры) текстов для реализации коммуникативной стратегии ВКР

Ответ должен содержать обоснование типов текста в связи с выбранной коммуникативной стратегией.

ОПК-7 (ОПК-7.2)

Содержание задания: описать коммуникационную деятельность организации, свидетельствующую о ее социальной ответственности.

Ответ содержит итоги анализа коммуникационной деятельности организации, степени осознанности ей своей социальной ответственности.

Содержание задания: определить возможность в рамках коммуникационной кампании продемонстрировать социальную ответственность организации.

Ответ содержит предложения по демонстрации социальной ответственности организации.

Содержание задания: разработать коммуникационное послание о социальной ответственности организации.

Ответ содержит пример разработанного коммуникационного послания.

Рекомендуемый объём отчета составляет около 10 страниц машинописного текста. Страницы текста и приложений должны соответствовать формату А4. Выполнение работ обязательно осуществлять в печатном виде, через 1,5 интервал, шрифт Times New Roman, кегль 14.

Оформление письменного отчета по практике осуществляется в соответствии общими требованиями к учебным текстовым документам, установленными в Самарском университете.

2.1.2 Критерии оценки письменного отчета

Оценка 5 («отлично») – выставляется, если отчет носит исследовательский характер, имеет грамотно изложенную постановку задач практики, содержит глубокий анализ, логичное,

последовательное изложение материала с соответствующими выводами и обоснованными предложениями, технические требования к оформлению отчета выполнены полностью.

Оценка 4 («хорошо») – выставляется, если отчет имеет грамотно изложенную постановку задач практики, содержит анализ, логичное, последовательное изложение материала с соответствующими выводами и предложениями, технические требования к оформлению отчета выполнены полностью.

Оценка 3 («удовлетворительно») – выставляется, если отчет содержит анализ поставленных задач, имеет непоследовательное изложение материала с выводами и предложениями, технические требования к оформлению отчета выполнены с незначительными нарушениями.

Оценка 2 («неудовлетворительно») – выставляется, если в отчете не изложен в полном объеме анализ поставленных задач, отсутствует последовательное изложение материала с выводами и предложениями, имеются грубые нарушения технических требований к оформлению отчета.

2.2 Устный доклад к письменному отчету

2.2.1 Содержание и сопровождение устного доклада к письменному отчету

ПК-1 (ПК-1.2, ПК-1.3)

Содержание задания: Определение цели, задач ВКР на основании выявленной коммуникационной проблемы организации.

Ответ должен содержать цель и задачи ВКР, определение коммуникационной проблемы.

ПК-2 (ПК-2.1, ПК-2.2, ПК- 2.4)

Содержание задания: обосновать каналы коммуникации для распространения коммуникационных продуктов на основании анализа ЦА проекта и разработанной стратегии

Ответ должен содержать перечисление каналов коммуникации и их соответствия характеристикам ЦА проекта.

ПК-3 (ПК-3.3)

Содержание задания: защитить разработанную тактику реализации коммуникационной стратегии.

Ответ должен содержать аргументацию выбранных коммуникационных инструментов и технологий.

ПК-4 (ПК-4.3)

Содержание задания: Защитить разработанную тактику реализации коммуникационной стратегии в выборе типов текстов (стилей, жанров) и видов СМИ.

Ответ должен содержать аргументацию выбранных типов текста (стилей, жанров) и видов СМИ для реализации коммуникативной стратегии.

ОПК-7 (ОПК-7.2)

Содержание задания: предложить оценку эффективности коммуникационного проекта.

Ответ должен содержать качественные и количественные оценки эффективности проекта.

2.2.2 Критерии оценки устного доклада к письменному отчету.

Оценка 5 («отлично») – обучающийся демонстрирует высокий уровень умения анализировать и использовать различные источники информации, уверенно транслирует результаты исследования и отстаивает свою точку зрения.

Оценка 4 («хорошо») - обучающийся демонстрирует высокий уровень умения анализировать и использовать различные источники информации, не уверенно транслирует результаты исследования, не отстаивая свою точку зрения;

Оценка 3 («удовлетворительно») - обучающийся использует современные методы и методики анализа и использования различных источников информации, не уверенно транслирует результаты исследования, не отстаивая свою точку зрения;

Оценка 2 («неудовлетворительно») - обучающийся не умеет анализировать и использовать различные источники информации, не способен транслировать результаты исследования.

2.3 Собеседование по содержанию письменного отчета, устного доклада и результатам практики

2.3.1 Контрольные вопросы к собеседованию по содержанию письменного отчета, устного доклада и результатам практики

Формируемая (ые) компетенция (ии) (индикатор(ы) её достижения):

ПК-1 (ПК-1.2, ПК-1.3)

1. Содержание задания: Назовите основные положения ситуационного анализа.

Ответ должен содержать перечисление основных аспектов анализа деятельности организации и сложившегося положения.

2. Содержание задания: С какой целью проводится ситуационный анализ?

Ответ должен содержать формулировку основных целей ситуационного анализа.

3. Содержание задания: как между собой связаны ситуационный анализ и основная цель коммуникационной кампании?

Ответ должен содержать определение зависимости цели коммуникационной кампании и выявленной проблемы, которая решается с помощью коммуникаций компании.

4. Содержание задания: как связаны между собой цель коммуникационной кампании и цель ВКР.

Ответ содержит определение путей поиска цели ВКР,

5. Содержание задания: как определяется актуальность исследования и проекта?

Ответ содержит выявление взаимосвязи решения актуальной проблемы и актуальности ВКР.

ПК-2 (ПК-2.1, ПК-2.2, ПК- 2.4)

1. Содержание задания: как осуществляется поиск коммуникационных продуктов организации?

Ответ содержит перечисление основных каналов коммуникации кампании.

2. Содержание задания: как определяется соответствие коммуникационного продукта и канала коммуникации?

Ответ содержит критерии оценки канала коммуникации?

3. Содержание задания: Какие коммуникационные продукты были разработаны в ВКР?

Ответ содержит перечисление разработанных коммуникационных продуктов: их жанров и соответствия выбранному каналу коммуникации.

4. Содержание задания: Какие источники информации помогают разработать коммуникационные продукты?

Ответ содержит ссылки на Список использованных источников ВКР.

5. Содержание задания: привести примеры коммуникационного продукта разработанной кампании.

Ответ содержит описание коммуникационных продуктов, представленных в Приложении ВКР.

ПК-3 (ПК-3.3)

1. Содержание задания: Каким задачам ВКР соответствуют этапы разработки стратегии и тактики коммуникационной кампании?

Ответ содержит определение задач ВКР, которые соответствуют названным этапам разработки коммуникационной кампании.

2. Содержание задания: как собранный материал деятельности компании помогает разработать стратегию коммуникационной кампании?

Ответ содержит определение связи проблемы организации и ее возможности решения коммуникационным путем.

3. Содержание задания: как инструменты коммуникации связаны с ЦА коммуникационной кампании?

Ответ содержит определение путей выбора инструментов коммуникации на основании изучения ЦА

4. Содержание задания: Какие характеристики ЦА были даны в ВКР? Ответ содержит перечисление данных в ВКР характеристик ЦА.

5. Содержание задания: определить, какие источники из Списка использованных источников определили методологию разработки коммуникационной кампании.

Ответ содержит характеристики использованных источников.

ПК-4 (ПК-4.3)

1. Содержание задания: Каким задачам ВКР соответствует выбор стилей, жанров текстов, направленных на ЦА, и выбор типов СМИ, подходящих для продвижения проекта.

Ответ содержит перечисление задач проекта и соответствие им выбранных текстов для воздействия на ЦА

2. В каких стилях и жанрах написаны тексты для коммуникативного проекта в рамках ВКР?

Ответ содержит перечисление жанров и стилей текстов, подготовленных в рамках ВКР для осуществления коммуникационного проекта

3. Каковы особенности ЦА, к которой адресованы тексты?

Ответ содержит перечисление данных в ВКР характеристик ЦА.

4. Какой цифровой инструментарий вы применяли в ходе исследования и при подготовке текстов?

Ответ содержит перечисление цифровых инструментов, выбранных для осуществления коммуникационного проекта в рамках ВКР

5. Как применяли цифровой инструментарий для исследования ЦА проекта?

Ответ содержит пояснение работы выбранных цифровых инструментариев и выводов в целях осуществления коммуникативного проекта в рамках ВКР.

ОПК-7 (ОПК-7.2)

1. Содержание задания: что такое социальная ответственность организации?

Ответ содержит определение социальной ответственности организации.

2. Содержание задания: что такое эффективность коммуникационной кампании?

Ответ содержит определение того, что есть эффективность коммуникационной кампании.

3. Содержание задания: на каком этапе – разработки, реализации, подведении итогов – определяется, какая кампания будет считаться эффективной.

Ответ содержит основания выбора этапа работы над коммуникационным проектом.

4. Содержание задания: Какие критерии оценки эффективности кампании используются?

Ответ содержит перечисление критериев эффективности кампании.

5. Содержание задания: Какие критерии эффективности кампании использованы в ВКР.

Ответ содержит обоснование выбранной в ВКР тактики оценки эффективности кампании

2.3.2. Критерии оценки собеседования по содержанию письменного отчета, устного доклада по результатам практики

Оценка 5 («отлично») – обучающийся смог показать прочные знания основных положений фактического материала, умение самостоятельно решать профессиональные задачи (задания), свободно использовать справочную и научную литературу, делать обоснованные выводы по результатам практики;

Оценка 4 («хорошо») – обучающийся смог показать прочные знания основных положений фактического материала, умение самостоятельно решать практические задачи (задания), ориентироваться в рекомендованной справочной и научной литературе, умеет правильно оценить полученные результаты анализа конкретных проблемных ситуаций;

Оценка 3 («удовлетворительно») – обучающийся смог показать знания основных положений фактического материала, умение получить с помощью преподавателя правильное решение практической задачи(задания), обучающийся знаком с рекомендованной справочной и научной литературой;

Оценка 2 («неудовлетворительно») – при ответе обучающегося выявились существенные пробелы в знаниях основных положений фактического материала, неумение находить решение поставленной перед ним задачи(задания), обучающийся не знаком с рекомендованной литературой.

3. ПРОВЕДЕНИЕ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО РЕЗУЛЬТАТАМ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ И ОЦЕНИВАНИЕ СФОРМИРОВАННОСТИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ.

3.1 Критерии оценки и процедура проведения промежуточной аттестации

Оценка по результатам прохождения практики включает в себя:

1) оценку, полученную в отзыве работника от профильной организации о прохождении практики (при прохождении практики в профильной организации);

2) оценку письменного отчета о прохождении практики, которая дается руководителем практики от кафедры (университета);

3) оценка устного доклада обучающегося;

4) оценка результатов собеседования.

Итоговая оценка рассчитывается по формуле:

$$O_{\text{и}} = \frac{O_1 + O_2 + O_3 + O_4}{4}$$

где

O₁ – оценка, полученная в отзыве (при прохождении практики в профильной организации);

- О2– оценка письменного отчета;
- О3 – оценка устного доклада;
- О4 – оценка по результатам собеседования.

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Самарский национальный исследовательский
университет имени академика С.П. Королева»



САМАРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
SAMARA UNIVERSITY

УТВЕРЖДЕН

27 сентября 2024 года, протокол ученого совета
университета №2
Сертификат №: 20 08 е9 08 00 02 00 00 04 а9
Срок действия: с 27.02.24г. по 27.02.25г.
Владелец: проректор по учебной работе
А.В. Гаврилов

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПРАКТИКИ
ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ОЗНАКОМИТЕЛЬНАЯ ПРАКТИКА

Код плана	<u>420301-2024-О-ПП-4г00м-01</u>
Основная образовательная программа высшего образования по направлению подготовки (специальности)	<u>42.03.01 Реклама и связи с общественностью</u>
Профиль (программа)	<u>Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере</u>
Квалификация (степень)	<u>Бакалавр</u>
Блок, в рамках которого происходит освоение модуля (дисциплины)	<u>Б2</u>
Шифр дисциплины (модуля)	<u>Б2.О.01(У)</u>
Институт (факультет)	<u>Факультет филологии и журналистики</u>
Кафедра	<u>русского языка и массовой коммуникации</u>
Форма обучения	<u>очная</u>
Курс, семестр	<u>1 курс, 2 семестр</u>
Форма промежуточной аттестации	<u>зачет с оценкой</u>

Самара, 2024

1. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ С УКАЗАНИЕМ ЭТАПОВ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Паспорт фонда оценочных средств

Планируемые образовательные результаты	Этапы формирования компетенции	Оценочное средство
УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач.		
УК-1.1. Анализирует поставленную задачу и осуществляет поиск информации для ее решения.		
Знать: поставленную задачу и осуществлять поиск информации для ее решения. Уметь: анализировать поставленную задачу и осуществлять поиск информации для ее решения. Владеть: навыками анализа поставленной задачи и осуществления поиска информации для ее решения.	Анализ структуры организации; наблюдение за работой рекламной службы или службы по связям с общественностью конкретной организации. Осуществление оперативного планирования и оперативного контроля рекламной работы.	Письменный отчет, устный доклад, собеседование
УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач.		
УК-1.2. Применяет методы критического анализа и синтеза при работе с информацией.		
Знать: методы критического анализа и синтеза при работе с информацией. Уметь: применять методы критического анализа и синтеза при работе с информацией. Владеть: навыками применения критического анализа и синтеза при работе с информацией.	Анализ принципов создания эффективной коммуникационной инфраструктуры в конкретной организации, особенностей внутрикорпоративной и внешней коммуникации в данной организации. Решение профессиональных задач, связанных с организацией деятельности служб по рекламе и связям с общественностью.	Письменный отчет, устный доклад, собеседование
УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач.		
УК-1.3. Рассматривает и предлагает системные варианты решения поставленной задачи.		
Знать: системные варианты решения поставленной задачи. Уметь: рассматривать и предлагать системные варианты решения поставленной задачи. Владеть: навыками рассмотрения и предложения системных вариантов решения поставленной задачи.	Анализ принципов создания эффективной коммуникационной инфраструктуры в конкретной организации, особенностей внутрикорпоративной и внешней коммуникации в данной организации.	Письменный отчет, устный доклад, собеседование
УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном (ых) языке(ах).		
УК-4.1. Осуществляет деловую коммуникацию с соблюдением норм литературного языка и жанров устной и письменной речи в зависимости от целей и условий взаимодействия.		
Знать: особенности осуществления деловой коммуникации с соблюдением норм литературного языка и жанров устной и письменной речи в зависимости от целей и условий взаимодействия. Уметь: осуществлять деловую коммуникацию с соблюдением норм литературного языка и жанров устной и письменной речи в зависимости от целей и условий взаимодействия.	Участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью. Организация и поддержка внутренней или внешней коммуникации, порученной работником профильной организации.	Письменный отчет, устный доклад, собеседование

<p>ствия. Владеть: навыками осуществления деловой коммуникации с соблюдением норм литературного языка и жанров устной и письменной речи в зависимости от целей и условий взаимодействия.</p>		
<p>УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном (ых) языке(ах).</p>		
<p>УК-4.2. Использует современные информационно-коммуникативные технологии в процессе деловой коммуникации</p>		
<p>Знать: современные информационно-коммуникативные технологии в процессе деловой коммуникации. Уметь: использовать современные информационно-коммуникативные технологии в процессе деловой коммуникации. Владеть: навыками использования современных информационно-коммуникативных технологий в процессе деловой коммуникации.</p>	<p>Участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью. Осуществление оперативного планирования и оперативного контроля рекламной работы. Организация и поддержка внутренней или внешней коммуникации, порученной работником профильной организации.</p>	<p>Письменный отчет, устный доклад, собеседование</p>
<p>УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном (ых) языке(ах).</p>		
<p>УК-4.3. Осуществляет обмен деловой информацией в устной и письменных формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном (ых) языке(ах).</p>		
<p>Знать: пути осуществления обмена деловой информацией в устной и письменных формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах). Уметь: осуществлять обмен деловой информацией в устной и письменных формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах). Владеть: навыками осуществления обмена деловой информацией в устной и письменных формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном (ых) языке(ах).</p>	<p>Организация и поддержка внутренней или внешней коммуникации, порученной работником профильной организации.</p>	<p>Письменный отчет, устный доклад, собеседование</p>
<p>УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни.</p>		
<p>УК-6.1. Использует технологии и методы управления своим временем для достижения поставленных целей.</p>		
<p>Знать: технологии и методы управления своим временем для достижения поставленных целей. Уметь: использовать технологии и методы управления своим временем для достижения поставленных целей. Владеть: навыками использования технологий и методов управления своим временем для достижения поставленных целей.</p>	<p>Анализ подходов к организации специальных мероприятий в данной организации.</p>	<p>Письменный отчет, устный доклад, собеседование.</p>

ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.

ОПК-1.2. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.

<p>Знать: особенности подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.</p> <p>Уметь: осуществлять подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.</p> <p>Владеть: навыками осуществления подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.</p>	<p>Решение порученных руководителем практики профессиональных задач.</p> <p>Решение профессиональных задач, связанных с организацией деятельности служб по рекламе и связям с общественностью.</p>	<p>Письменный отчет, устный доклад, собеседование.</p>
<p>ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.</p>		
<p>ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы</p>		
<p>Знать: свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы.</p> <p>Уметь: осуществлять свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы.</p> <p>Владеть: навыками осуществления своих профессиональных действий в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы.</p>	<p>Анализ подходов к организации специальных мероприятий в данной организации.</p>	<p>Письменный отчет, устный доклад, собеседование.</p>
<p>ОПК-6. Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии.</p>		
<p>ОПК-6.1. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение.</p>		
<p>Знать: особенности отбора для осуществления профессиональной деятельности необходимого технического</p>	<p>Решение порученных руководителем практики профессиональных задач.</p>	<p>Письменный отчет, устный доклад, собеседование.</p>

<p>го оборудования и программного обеспечения. Уметь: отбирать для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение. Владеть: навыками отбора для осуществления профессиональной деятельности необходимого технического оборудования и программного обеспечения.</p>		
<p>ОПК-6. Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии.</p>		
<p>ОПК-6.2. Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p>		
<p>Знать: современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов. Уметь: Применять современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов. Владеть: навыками применения современных цифровых устройств, платформ и программного обеспечения на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.</p>	<p>Решение порученных руководителем практики профессиональных задач.</p>	<p>Письменный отчет, устный доклад, собеседование.</p>
<p>ПК-1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.</p>		
<p>ПК-1.1. 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.</p>		
<p>Знать: функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности от дела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью. Уметь: выполнять функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности от дела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью. Владеть: навыками выполнения функционала линейного менеджера в рамках текущей деятельности от дела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью.</p>	<p>Анализ подходов к организации специальных мероприятий в данной организации.</p>	<p>Письменный отчет, устный доклад, собеседование.</p>

2. ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ИЛИ ИНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

2.1 Письменный отчет

2.1.1 Содержание и оформление письменного отчета

По итогам прохождения практики обучающийся предоставляет руководителю практики от университета письменный отчет, содержащий следующие элементы:

1. Титульный лист.
2. Задание(я) для выполнения определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью, для сбора и анализа данных и материалов, проведения исследований.
3. Описательная часть.
4. Список использованных источников.
5. Приложения (при наличии).

Письменный отчет по практике в рамках описательной части включает разделы:

1. Описание организации, в которой проводится практика
2. Анализ коммуникационной инфраструктуры организации и разработка способов решения профессиональных задач

В разделе 1 приводятся основные сведения об организации, в которой проходила практика, отражаются основные виды деятельности организации.

В разделе 2 должно быть отражено выполнение следующих заданий, направленных на формирование компетенций:

ОПК-1 (Индикатор ОПК-1.2)

Содержание задания: Описание коммуникационных процессов и других профессиональных задач, порученных руководителем практики.

Ответ должен содержать перечень и описание всех заданий, выполненных в рамках практики, а также варианты созданных текстов, дизайн-макетов и под.

ОПК-5 (Индикатор ОПК-5.2)

Содержание задания: Описание особенностей внутрикорпоративной и внешней организации коммуникационного процесса на предприятии

Ответ должен содержать описание особенностей внутренних коммуникаций компании и их основных инструментов, а также описание особенностей взаимодействия организации с внешней средой.

ОПК-6 (Индикаторы ОПК-6.1, ОПК-6.2)

Содержание задания: Описание и анализ современных информационных технологий, используемых организацией в своей деятельности

Ответ должен содержать описание интернет-инструментов, которые применяются для решения профессиональных задач в организации

ПК-1 (Индикатор ПК-1.1)

Содержание задания: Описание и анализ коммуникационных проектов и мероприятий организации

Ответ должен содержать краткую характеристику основных коммуникационных проектов, реализуемых организацией

УК-1 (Индикаторы УК-1.1, УК-1.2 УК-1.3)

Содержание задания: Анализ структурного подразделения, в котором обучающийся проходит практику, его особенностей, функционала входящих в состав подразделения сотрудников, их задач и особенностей их выполнения.

Ответ должен содержать описание и анализ особенностей работы рекламного отдела, функционала входящих в состав подразделения сотрудников, их задач и особенностей их

выполнения.

УК-4 (Индикаторы УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3)

Содержание задания: Анализ особенностей ведения деловой коммуникации в организации.

Ответ должен содержать характеристику деловой коммуникации на предприятии (виды деловых бесед, основные типы документов), а также описание особенностей деловой этики.

УК-6 (Индикатор УК-6.1)

Содержание задания: описание организации работы менеджера по рекламе на предприятии.

Ответ должен содержать описание и анализ особенностей работы рекламного менеджера (распорядок дня, количество контактов, типы выполняемых заданий и под.).

Рекомендуемый объем отчета составляет 10 страниц машинописного текста. Страницы текста и приложений должны соответствовать формату А4. Выполнение работ обязательно осуществлять в печатном виде, через 1,5 интервал, шрифт TimesNewRoman, кегль 14.

Оформление письменного отчета по практике осуществляется в соответствии общими требованиями к учебным текстовым документам, установленными в Самарском университете.

2.1.2 Критерии оценки письменного отчета

Оценка 5 («отлично») – выставляется, если отчет носит исследовательский характер, имеет грамотно изложенную постановку задач практики, содержит глубокий анализ, логичное, последовательное изложение материала с соответствующими выводами и обоснованными предложениями, технические требования к оформлению отчета выполнены полностью.

Оценка 4 («хорошо») – выставляется, если отчет имеет грамотно изложенную постановку задачи практики, содержит анализ, логичное, последовательное изложение материала с соответствующими выводами и предложениями, технические требования к оформлению отчета выполнены полностью.

Оценка 3 («удовлетворительно») – выставляется, если отчет содержит анализ поставленных задач, имеет непоследовательное изложение материала с выводами и предложениями, технические требования к оформлению отчета выполнены с незначительными нарушениями.

Оценка 2 («неудовлетворительно») – выставляется, если в отчете не изложен в полном объеме анализ поставленных задач, отсутствует последовательное изложение материала с выводами и предложениями, имеются грубые нарушения технических требований к оформлению отчета.

2.2 Устный доклад к письменному отчету

2.2.1 Содержание и сопровождение устного доклада к письменному отчету

Доклад по отчету по практике проводится в форме презентации в учебной аудитории с применением презентационного оборудования (проектор, экран, ноутбук/ компьютер). Презентация должна содержать не менее 12-15 слайдов с использованием возможностей различного оформления. Приветствуется наличие в презентации звукового сопровождения (комментариев) и наглядных примеров (видеозаписей и фотоизображений).

В докладе озвучиваются поставленные цель и задачи практики, а также способы и методы применяемые для их решения. Приводятся основные результаты проведенного исследования. Анализ данных представляется в виде таблиц, графиков, рисунков, диаграмм. В заключении демонстрируются выводы и предложения.

В устном докладе должно быть отражено выполнение следующих заданий, направленных на формирование компетенций:

ОПК-1 (Индикатор ОПК-1.2)

Содержание задания: Описание коммуникационных процессов и других профессиональных задач, порученных руководителем практики.

Ответ должен содержать краткую характеристику заданий, выполненных в рамках практики, а также варианты созданных текстов, дизайн-макетов и под.

ОПК-5 (Индикатор ОПК-5.2)

Содержание задания: Анализ особенностей внутрикорпоративной и внешней организации коммуникационного процесса на предприятии

Ответ должен содержать анализ особенностей внутренних коммуникаций компании и их основных инструментов, а также описание особенностей взаимодействия организации с внешней средой.

ОПК-6 (Индикаторы ОПК-6.1, ОПК-6.2)

Содержание задания: Описание и анализ современных информационных технологий, используемых организацией в своей деятельности

Ответ должен содержать описание интернет-инструментов, которые применяются для решения профессиональных задач в организации

ПК-1 (Индикатор ПК-1.1)

Содержание задания: Описание и анализ коммуникационных проектов и мероприятий организации

Ответ должен содержать краткую характеристику основных коммуникационных проектов, реализуемых организацией

УК-1 (Индикаторы УК-1.1, УК-1.2 УК-1.3)

Содержание задания: Анализ структурного подразделения, в котором обучающийся проходил практику, его особенностей, функционала входящих в состав подразделения сотрудников, их задач и особенностей их выполнения.

Ответ должен содержать описание и анализ особенностей работы рекламного отдела, функционала входящих в состав подразделения сотрудников, их задач и особенностей их выполнения.

УК-4 (Индикаторы УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3)

Содержание задания: Анализ особенностей ведения деловой коммуникации в организации.

Ответ должен содержать характеристику деловой коммуникации на предприятии (виды деловых бесед, основные типы документов), а также описание особенностей деловой этики.

УК-6 (Индикатор УК-6.1)

Содержание задания: описание организации работы менеджера по рекламе на предприятии.

Ответ должен содержать описание и анализ особенностей работы рекламного менеджера (распорядок дня, количество контактов, типы выполняемых заданий и под.).

2.2.2 Критерии оценки устного доклада к письменному отчету

Оценка 5 («отлично») – обучающийся демонстрирует высокий уровень умения анализировать и использовать различные источники информации, уверенно транслирует результаты исследования и отстаивает свою точку зрения.

Оценка 4 («хорошо») - обучающийся демонстрирует высокий уровень умения анализировать и использовать различные источники информации, не уверенно транслирует результаты исследования, не отстаивая свою точку зрения;

Оценка 3 («удовлетворительно») - обучающийся использует современные методы и методики анализа и использования различных источников информации, не уверенно транслирует результаты исследования, не отстаивая свою точку зрения;

Оценка 2 («неудовлетворительно») - обучающийся не умеет анализировать и использовать различные источники информации, не способен транслировать результаты исследования.

2.3 Собеседование по содержанию письменного отчета, устного доклада и результатам практики

2.3.1 Контрольные вопросы к собеседованию по содержанию письменного отчета, устного доклада и результатам практики:

ОПК-1 (Индикатор ОПК-1.2)

1. Содержание вопроса: Какие коммуникационные процессы были поручены Вам в рамках прохождения практики?

Ответ должен содержать краткую характеристику коммуникационных процессов, в которых участвовал обучающийся в рамках прохождения практики.

2. Содержание вопроса: Какие тексты были созданы Вами в рамках прохождения практики?

Ответ должен содержать жанровую характеристику созданных во время практики текстов.

3. Содержание вопроса: Какие профессиональные задания оказались для вас наиболее трудными при выполнении? С чем это было связано?

Ответ должен содержать описание возможных трудностей и их причин.

4. Содержание вопроса: Какие вербальные и визуальные продукты наиболее востребованы в организации?

Ответ должен содержать жанровую характеристику основных информационных продуктов, предлагаемых организацией (релизы, рекламные буклеты, дизайн-макеты и под.).

5. Содержание вопроса: Какие инструменты и методы решения профессиональных задач были Вами использованы в ходе прохождения практики? Какие из них были знакомы Вам в теории (из предыдущих дисциплин), а какие Вы узнали непосредственно от руководителя практики или других сотрудников организации?

Ответ должен содержать перечень инструментов и методов для решения профессиональных задач.

ОПК-5 (Индикатор ОПК-5.2)

1. Содержание вопроса: Какова структура организации, в которой Вы проходили практику?

Ответ должен содержать описание основных элементов структуры организации.

2. Содержание вопроса: Как определяется цена издания в организации, в которой Вы проходили практику?

Ответ должен содержать описание ценовой политики издания.

3. Содержание вопроса: Каковы экономические сложности реализации продукции в организации, в которой Вы проходили практику?

Ответ должен содержать описание экономических трудностей, с которыми сталкивается организация.

4. Содержание вопроса: Каковы особенности внутрикорпоративного издания (при наличии)?

Ответ должен содержать перечень внутрикорпоративных изданий организации (газета, журнал и под.) и их краткую характеристику.

5. Содержание вопроса: С какими субъектами внешней среды взаимодействует организация и каким образом?

Ответ должен содержать характеристику потребительской аудитории и конкурентной среды организации.

ОПК-6 (Индикаторы ОПК-6.1, ОПК-6.2)

1. Содержание вопроса: Какие инструменты интернет-коммуникации использует организация, в которой Вы проходили практику?

Ответ должен содержать перечень инструментов интернет-коммуникации (сайт, аккаунты в социальных сетях, отметки на картах и под.).

2. Содержание вопроса: Какие современные инструменты использует компания для осуществления коммуникации внутри организации?

Ответ должен содержать перечень и краткую характеристику инструментов внутрикорпоративной коммуникации.

3. Содержание вопроса: Какие современные инструменты использует компания для осуществления коммуникации со своей целевой аудиторией?

Ответ должен содержать перечень и краткую характеристику инструментов внешней коммуникации.

4. Содержание вопроса: Какую роль в коммуникационной структуре организации выполняют социальные сети?

Ответ должен содержать краткую характеристику использования социальных сетей в организации.

5. Содержание вопроса: Какую роль в коммуникационной политике организации выполняет сайт?

Ответ должен содержать краткую характеристику сайта организации и его функций.

ПК-1 (Индикатор ПК-1.1)

1. Содержание вопроса: Дайте определение коммуникационному проекту.

Ответ должен содержать описание коммуникационного проекта как особого инструмента коммуникационной политики организации.

2. Содержание вопроса: Какие коммуникационные проекты осуществляет организация?

Ответ должен содержать описание основных коммуникационных проектов организации и их краткую характеристику (локальные, периодические, разовые и др.).

3. Содержание вопроса: Какие мероприятия проводит компания, на кого они рассчитаны и какова их цель?

Ответ должен содержать описание основных мероприятий, проводимых организацией, с краткой характеристикой целевой аудитории и целей.

4. Осуществляет ли организация некоммерческие коммуникационные проекты? Если да, то каким образом происходит финансирование и реализация таких проектов?

Ответ должен содержать описание некоммерческих коммуникационных проектов, осуществляющихся организацией.

5. Содержание вопроса: Каковы этапы планирования коммуникационных проектов в организации?

Ответ должен содержать перечень этапов осуществления проекта, включая ресурсный и временной анализ проекта.

УК-1 (Индикаторы УК-1.1, УК-1.2 УК-1.3)

1. Содержание вопроса: Расскажите об особенностях рекламного (или маркетингового) отдела, в котором Вы проходили практику.

Ответ должен содержать особенности организации работы в отделе (количество сотрудников и типы коммуникационных процессов)

2. Содержание вопроса: Какие профессиональные задачи решают сотрудники, входящие в состав подразделения, в котором Вы проходили практику?

Ответ должен содержать описание профессиональных задач, которые ставятся перед отделом.

3. Содержание вопроса: Какое программное обеспечение используется для решения профессиональных задач?

Ответ должен содержать перечень видов цифровых инструментов, которые используются для решения профессиональных задач в отделе.

4. Содержание вопроса: Какова роль коммерческого директора в коммуникационном процессе?

Ответ должен содержать описание основных задач, которые выполняет коммерческий директор.

5. Содержание вопроса: Какова схема процесса работы над рекламным или пиар-проектом?

Ответ должен содержать краткую характеристику этапов процесса организации рекламной кампании на предприятии.

УК-4 (Индикаторы УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3)

Содержание задания: Анализ особенностей ведения деловой коммуникации в организации.

Ответ должен содержать характеристику деловой коммуникации на предприятии (виды деловых бесед, основные типы документов), а также описание особенностей деловой этики.

1. Содержание вопроса: Каковы основные типы документов, используемых в работе на предприятии?

Ответ должен содержать перечень основных типов деловых бумаг в организации.

2. Содержание вопроса: Какие виды делового общения используются в организации?

Ответ должен содержать перечень видов делового общения в организации (деловая беседа, совещание, переписка, выступление, переговоры).

3. Содержание вопроса: Охарактеризуйте стиль делового общения в организации.

Ответ должен содержать характеристику стиля делового общения в организации (авторитарный, демократический и др.).

4. Содержание вопроса: Какие формы обращения используются в организации между сотрудниками?

Ответ должен содержать характеристику принятых в организации форм обращений между сотрудниками (по имени, по имени-отчеству и под.).

5. Содержание вопроса: Каковы особенности речевой коммуникации с потребителями, принятые в данной организации? Существуют ли в организации какие-то шаблоны в общении с клиентами?

Ответ должен содержать характеристику деловой коммуникации с потребителями.

УК-6 (Индикатор УК-6.1)

Содержание задания: описание организации работы менеджера по рекламе на предприятии.

Ответ должен содержать описание и анализ особенностей работы рекламного менеджера (распорядок дня, количество контактов, типы выполняемых заданий и под.).

1. Содержание вопроса: Какими качествами должен обладать специалист по рекламе для работы в данной организации?

Ответ должен содержать перечень характеристик, необходимых для выполнения профессиональной деятельности (выдержка, креативное мышление, и др.).

2. Содержание вопроса: Что входит в обязанности специалиста по рекламе в данной организации?

Ответ должен содержать краткую характеристику обязанностей менеджера по рекламе.

3. Содержание вопроса: Каким образом специалисты по рекламе повышают свою квалификацию?

Ответ должен содержать характеристику способов повышения квалификации менеджера по рекламе.

4. Содержание вопроса: Каковы функциональные обязанности арт-директора?

Ответ должен содержать перечень обязанностей арт-директора как специалиста по рекламе в организации.

5. Содержание вопроса: Какие предложения для улучшения взаимодействия между отделами организации Вы можете предложить?

Ответ должен содержать возможные варианты решения внутрикорпоративных задач.

2.3.2 Критерии оценки собеседования по содержанию письменного отчета, устного доклада по результатам практики

Оценка 5 («отлично») – обучающийся смог показать прочные знания основных положений фактического материала, умение самостоятельно решать профессиональные задачи, свободно использовать справочную и научную литературу, делать обоснованные выводы по результатам практики;

Оценка 4 («хорошо») – обучающийся смог показать прочные знания основных положений фактического материала, умение самостоятельно решать практические задачи, ориентироваться в рекомендованной справочной и научной литературе, умеет правильно оценить полученные результаты анализа конкретных проблемных ситуаций;

Оценка 3 («удовлетворительно») – обучающийся смог показать знания основных положений фактического материала, умение получить с помощью преподавателя правильное решение практической задачи, обучающийся знаком с рекомендованной справочной и научной литературой;

Оценка 2 («неудовлетворительно») – при ответе обучающегося выявились существенные пробелы в знаниях основных положений фактического материала, неумение находить решение поставленной перед ним задачи, обучающийся не знаком с рекомендованной литературой

3. ШКАЛА И КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

3.1 Оценка по результатам прохождения практики включает в себя:

- 1) оценку, полученную в отзыве работника от профильной организации о прохождении практики (при прохождении практики в профильной организации);
- 2) оценку письменного отчета о прохождении практики, которая дается руководителем практики от кафедры (университета);
- 3) оценка устного доклада обучающегося;
- 4) оценка результатов собеседования.

Итоговая оценка рассчитывается по формуле:

$$O_u = \frac{O_1 + O_2 + O_3 + O_4}{4},$$

где

O_1 – оценка, полученная в отзыве;

O_2 – оценка письменного отчета;

O_3 – оценка устного доклада;

O_4 – оценка по результатам собеседования.



САМАРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
SAMARA UNIVERSITY

УТВЕРЖДЕН

27 сентября 2024 года, протокол ученого совета
университета №2
Сертификат №: 20 08 е9 08 00 02 00 00 04 а9
Срок действия: с 27.02.24г. по 27.02.25г.
Владелец: проректор по учебной работе
А.В. Гаврилов

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПРАКТИКИ
ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ОЗНАКОМИТЕЛЬНАЯ ПРАКТИКА (КОММУНИКАТИВНАЯ)

Код плана	<u>420301-2024-О-ПП-4г00м-01</u>
Основная образовательная программа высшего образования по направлению подготовки (специальности)	<u>42.03.01 Реклама и связи с общественностью</u>
Профиль (программа)	<u>Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере</u>
Квалификация (степень)	<u>Бакалавр</u>
Блок, в рамках которого происходит освоение модуля (дисциплины)	<u>Б2</u>
Шифр дисциплины (модуля)	<u>Б2.О.02(У)</u>
Институт (факультет)	<u>Факультет филологии и журналистики</u>
Кафедра	<u>русской и зарубежной литературы и связей с общественностью</u>
Форма обучения	<u>очная</u>
Курс, семестр	<u>2 курс, 4 семестр</u>
Форма промежуточной аттестации	<u>зачет с оценкой</u>

Самара, 2024

1. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ С УКАЗАНИЕМ ЭТАПОВ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Паспорт фонда оценочных средств

Планируемые образовательные результаты	Этапы формирования компетенции	Оценочное средство
ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах		
ОПК-2.2 Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) коммуникационных продуктов		
Знать о корреляции между общественным или государственным учреждением и спецификой текстов, создаваемых для его внутренних и внешних целей. Уметь учитывать корреляцию между общественным или государственным учреждением и спецификой текстов, создаваемых для его внутренних и внешних целей. Владеть навыком учета о корреляции между общественным или государственным учреждением и спецификой текстов, создаваемых для его внутренних и внешних целей	Подготовить различные PR тексты с использованием знаний о выразительных средствах	Письменный отчет, устный доклад, собеседование
ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов		
ОПК-3.2 Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов		
Знать, как учесть культурный опыт для создания текстов с использованием средств выразительности. Уметь учитывать культурный опыт для создания текстов с использованием средств выразительности. Владеть навыком учета культурного опыта для создания текстов с использованием средств выразительности	Подготовить различные PR-тексты с использованием знаний о выразительных средствах.	Письменный отчет, устный доклад, собеседование
ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности		
ОПК-4.2 Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов		
Знать, как используются основные характеристики ЦА при подготовке различных текстов. Уметь использовать знания о характеристиках ЦА при создании различных текстов. Владеть навыком учета характеристик ЦА при создании различных текстов	Изучить целевую аудиторию, на которую может быть направлено коммуникативное воздействие для решения выявленной проблемы методами PR.	Письменный отчет, устный доклад, собеседование

ПК-2 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта		
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		
Знать, что такое информационный повод при проведении кампаний и проектов. Уметь создать информационные поводы. Владеть навыком создания информационных поводов.	Создать информационный повод, основу сценария для коммуникационной кампании.	Письменный отчет, устный доклад, собеседование
ПК-2.3 Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании		
Знать, как создавать основы сценариев для рекламной или PR- кампании. Уметь создавать основы сценариев для рекламной или PR- кампании. Владеть навыками создания основ сценариев для рекламной или PR- кампании	Создать информационный повод, основу сценария для коммуникационной кампании.	Письменный отчет, устный доклад, собеседование
ПК-3 Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта		
ПК-3.1 Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта		
Знать основные маркетинговые инструменты. Уметь их применять при разработке коммуникационного продукта. Владеть навыком использования маркетинговых инструментов при разработке коммуникационного продукта.	Изучить ЦА, сегментировать ЦА, составить материалы для анкетирования или интервью для обратной связи с ЦА	Письменный отчет, устный доклад, собеседование
ПК-3.3 Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами		
Знать, как можно настроить обратную связь с целевыми группами. Уметь настроить обратную связь с целевыми группами. Владеть навыком настройки обратной связи с целевыми группами	Изучить ЦА, сегментировать ЦА, составить материалы для анкетирования или интервью для обратной связи с ЦА	Письменный отчет, устный доклад, собеседование
ПК-4 Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа		
ПК-4.1 Осуществляет редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта		
Знать основы редакторской правки пиар-текстов и текстов рекламного характера. Уметь редактировать рекламные тексты и пиар-тексты. Владеть навыком редактирования пиар-текстов и рекламных текстов.	Подготовить различные PR-тексты с использованием знаний о выразительных средствах	Письменный отчет, устный доклад, собеседование
УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений		

УК-2.1 Определяет круг задач в рамках поставленных целей		
Знать, как определить круг задач в рамках поставленных целей. Уметь определить круг задач в рамках поставленных целей. Владеть навыком определения круга задач в рамках поставленных целей	Выполнить письменную характеристику организации, где проходят практику с указанием места отдела по СО.	Письменный отчет, устный доклад, собеседование
УК-2.2 Планирует реализацию задач в зоне своей ответственности с учетом имеющихся ресурсов и ограничений, действующих правовых норм		
Знать, как планировать реализацию задач с учетом имеющихся ресурсов и ограничений. Уметь планировать реализацию задач с учетом имеющихся ресурсов и ограничений. Владеть навыком планирования реализации задач с учетом имеющихся ресурсов и ограничений	Разработать план исследования исходной ситуации в PR-сфере организации по выявлению проблемы и дальнейшей рекомендации возможных решений. Провести исследование ситуации при помощи метода СО (ситуационного анализа, анкетирования, swot-анализа и т.п.) по выбору обучающегося и исходя из особенностей организации).	Письменный отчет, устный доклад, собеседование
УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде		
УК-3.1 Определяет свою роль в социальном взаимодействии и командной работе, учитывает особенности поведения и интересы других участников, исходя из стратегии сотрудничества, для достижения поставленной цели		
Знать, как определить свою роль в социальном взаимодействии и командной работе. Уметь определить свою роль в социальном взаимодействии и командной работе. Владеть навыком определения своей роли в социальном взаимодействии и командной работе.	Выполнить требования по запросу руководителя организации отдела по СО: уметь определить свои задачи в кругу обозначенных целей, определить долю своего участия в командной работе, определить этические нормы командной работы, создать календарный план поручений.	Письменный отчет, устный доклад, собеседование
УК-3.2 Осуществляет разные виды коммуникации при работе команды		
Знать, как осуществлять коммуникацию при работе команды. Уметь осуществлять коммуникацию при работе команды. Владеть навыком осуществления коммуникаций при работе команды.	Выполнить требования по запросу руководителя организации отдела по СО: уметь определить свои задачи в кругу обозначенных целей, определить долю своего участия в командной работе, определить этические нормы командной работы, создать календарный план поручений.	Письменный отчет, устный доклад, собеседование
УК-3.3 Соблюдает нормы и правила командной работы, несет ответственность за результат		

<p>Знать нормы и правила командной работы. Уметь соблюдать нормы и правила командной работы. Владеть навыком соблюдения норм и правил командной работы.</p>	<p>Выполнить требования по запросу руководителя организации отдела по СО: уметь определить свои задачи в кругу обозначенных целей, определить долю своего участия в командной работе, определить этические нормы командной работы, создать календарный план поручений.</p>	<p>Письменный отчет, устный доклад, собеседование</p>
---	--	---

2. ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ИЛИ ИНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

2.1 Письменный отчет

2.1.1 Содержание и оформление письменного отчета

По итогам прохождения практики обучающийся предоставляет руководителю практики от университета письменный отчет, содержащий следующие элементы:

1. Титульный лист.
2. Задание(я) для выполнения определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью (сбор и анализ данных и материалов, проведение исследований).
3. Описательная часть.
4. Список использованных источников.
5. Приложения (при наличии).

В разделе 1 приводятся основные сведения об организации, в которой проходила практика, отражаются основные виды деятельности организации.

В разделе 2-8 должно быть отражено выполнение следующих заданий, направленных на формирование компетенций:

ОПК-2 (Индикаторы ОПК-2.2)

Содержание задания: Составить таблицу текстов разных жанров, функционирующих в организации по отношению к внешней ЦА.

Ответ должен содержать таблицу с текстами разных жанров, взятых из опыта работы организации с внешней ЦА и примерами этих тестов (по 1 на жанр)

Содержание задания: Проанализировать различные PR-тексты с использованием знаний о выразительных средствах и с учетом особенностей организации и специфики деятельности организации.

Ответ должен содержать краткое описание организации и ее коммуникационной деятельности и содержать анализ 2-3 пиар-текстов разных жанров.

ОПК-3 (Индикаторы ОПК-3.2)

Содержание задания: Подготовить различные PR-тексты с использованием знаний о выразительных средствах в области лексики (тропы).

Ответ должен содержать 2-3 подготовленных текстов с лексическими средствами выразительности.

Содержание задания: Подготовить различные PR-тексты с использованием знаний о выразительных средствах в области синтаксиса (фигуры).

Ответ должен содержать 2-3 подготовленных текста с синтаксическими средствами выразительности.

ОПК-4 (Индикаторы ОПК-4.2)

Содержание задания: Изучить целевую аудиторию, на которую может быть направлено коммуникативное воздействие для решения выявленной проблемы методами PR.

Ответ должен содержать обоснование ЦА и ее анализ в соответствии с коммуникативным проектом.

Содержание задания: Изучить внутреннюю аудиторию организации для выявления продуктивных каналов связи для внутрикорпоративных сообщений.

Ответ должен содержать краткую характеристику внутренней аудитории организации и перечисление внутрикорпоративных каналов связи (действующих в организации или предлагаемых к освоению с кратким анализом их эффективности)

ПК -2 (Индикаторы ПК-2.2, ПК-2.3)

Содержание задания: Создать основу сценария специального события или мероприятия, основываясь на исследовании исходной ситуации и выявленной проблемы в PR-сфере в организации, где проходит практика.

Ответ должен содержать сценарий с учетом ЦА и этапов реализации проекта.

Содержание задания: предложить измеряемые критерии для получения информации об изменении исходной ситуации (проблемы) после проведения коммуникационной кампании.

Ответ должен содержать предложение критерия (цифры, сроки, проценты), который поможет оценить коммуникационный эффект мероприятия.

ПК-3 (Индикаторы ПК-3.1, ПК-3.3)

Содержание задания: Изучить ЦА, сегментировать ЦА, составить материалы для анкетирования.

Ответ должен содержать краткую характеристику ЦА и общую потребность разных групп ЦА, которую удовлетворяет продукт или услуга организации и вопросы для анкетирования ЦА.

Содержание задания: Составить вопросы и провести интервью с руководителем практики от организации в целях уточнения исходной проблемы, характера ЦА, особенностей коммуникационных проектов организации, направленных на ЦА.

Ответ должен содержать вопросы для интервью (не менее 7) и расшифровку ответов.

ПК-4 (Индикаторы ПК-4.1)

Содержание задания: Подготовить различные PR-тексты с использованием знаний о выразительных лексических средствах (тропах)

Ответ должен содержать 2-3 подготовленных текста разных жанров с обязательным присутствием тропов.

Содержание задания: Подготовить различные PR-тексты с использованием знаний о выразительных синтаксических средствах (фигурах)

Ответ должен содержать 2-3 подготовленных текста разных жанров с обязательным присутствием фигур.

УК-2 (Индикаторы УК-2.1, УК-2.2)

Содержание задания: Разработать план исследования исходной ситуации в PR-сфере организации по выявлению проблемы и дальнейшей рекомендации возможных решений.

Ответ должен содержать выявленную проблему, которую предлагается решить коммуникативным проектом.

Содержание задания: провести исследование ситуации при помощи метода СО (ситуационного анализа, анкетирования, swot-анализа и т.п.) по выбору обучающегося и исходя из особенностей организации).

Ответ должен содержать описание выявленной проблемы и результаты анализа проблемы с использованием метода СО (ситуационного анализа, анкетирования, swot-анализа и т.п. по выбору обучающегося и исходя из особенностей организации).

УК-3 (Индикаторы УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3)

Содержание задания: Выполнить требования по запросу руководителя организации отдела по СО (или выполняющего его функции): уметь определить свои задачи в кругу обозначенных целей, определить долю своего участия в командной работе.

Ответ должен содержать отчет о выполненных поручениях руководителя практики от организации и материалы (тексты, таблицы и проч.)

Содержание задания: определить этические нормы профессии, создать календарный план поручений.

Ответ должен содержать краткую характеристику этических норм профессии и календарный план поручений руководителя во время практики.

Объем отчета составляет около 10 страниц машинописного текста.

Оформление письменного отчета по практике осуществляется в соответствии с общими требованиями к учебным текстовым документам, установленными в Самарском университете

2.1.2 Критерии оценки письменного отчета

Оценка 5 («отлично») – выставляется, если отчет носит исследовательский характер, имеет грамотно изложенную постановку задач практики, содержит глубокий анализ, логичное, последовательное изложение материала с соответствующими выводами и обоснованными предложениями, технические требования к оформлению отчета выполнены полностью.

Оценка 4 («хорошо») – выставляется, если отчет имеет грамотно изложенную постановку задач практики, содержит анализ, логичное, последовательное изложение материала с соответствующими выводами и предложениями, технические требования к оформлению отчета выполнены полностью.

Оценка 3 («удовлетворительно») – выставляется, если отчет содержит анализ поставленных задач, имеет непоследовательное изложение материала с выводами и предложениями, технические требования к оформлению отчета выполнены с незначительными нарушениями.

Оценка 2 («неудовлетворительно») – выставляется, если в отчете не изложен в полном объеме анализ поставленных задач, отсутствует последовательное изложение материала с выводами и предложениями, имеются грубые нарушения технических требований к оформлению отчета.

2.2 Устный доклад к отчету

2.2.1 Содержание и сопровождение устного доклада к письменному отчету

Доклад по отчету по практике проводится в форме презентации в учебной аудитории с применением презентационного оборудования (проектор, экран, ноутбук/ компьютер).

В докладе озвучиваются поставленные задачи (задания) практики, а также способы и методы, применяемые для их решения. Приводятся основные результаты проведенного исследования. В заключении демонстрируются выводы и предложения.

В устном докладе должно быть отражено выполнение следующих заданий, направленных на формирование компетенций:

ОПК-2 (Индикаторы ОПК-2.2)

Содержание задания: рассказать о жанрах пиар-текстов, используемых организацией при работе с внешней ЦА.

Ответ должен содержать характеристику жанров пиар-текстов, используемых организацией при работе с внешней ЦА.

Содержание задания: рассказать о проанализированных текстах, используемых организацией для своих целей, представить несколько типов.

Ответ должен содержать краткое описание организации и ее коммуникационной деятельности и содержать анализ 2-3 пиар-текстов разных жанров.

ОПК-3 (Индикаторы ОПК-3.2)

Содержание задания: представить результаты по созданию PR-текстов с использованием лексических выразительных средств.

Ответ должен содержать представление текстов с использованием лексических средств выразительности и объяснение их целей и их структуры (как построен текст, чтоб добиться цели у аудитории организации).

Содержание задания: представить результаты по созданию PR-текстов с использованием синтаксических выразительных средств.

Ответ должен содержать представление текстов с использованием синтаксических выразительных средств и объяснение их целей и их структуры (как построен текст, чтоб добиться цели у аудитории организации).

ОПК-4 (Индикаторы ОПК-4.2)

Содержание задания: Рассказать о методах изучения ЦА

Ответ должен содержать обоснование ЦА и ее анализ в соответствии с коммуникативным проектом организации, где проходит практика

Содержание задания: рассказать о специфике внутренней аудитории организации и каналах связи внутри корпорации.

Ответ должен содержать перечисление внутрикорпоративных каналов связи (действующих в организации или предлагаемых к освоению с кратким анализом их эффективности)

ПК - 2 (Индикаторы ПК-2.2, ПК-2.3)

Содержание задания: Продемонстрировать выявленную проблему (цель, задачу) и пути ее решения коммуникативными средствами.

Ответ должен содержать сценарий действий по решению проблемы, выявленной в ходе анализа исходной ситуации в организации (или на начальном этапе коммуникативного проекта)

Содержание задания: предложить измеряемые критерии для получения информации об изменении исходной ситуации после проведения коммуникационной компании.

Ответ должен содержать предложение критерия (цифры, сроки, проценты), который поможет оценить коммуникационный эффект мероприятия.

ПК-3 (Индикаторы ПК-3.1, ПК-3.3)

Содержание задания: Продемонстрировать анкету по изучению ЦА

Ответ должен содержать материалы анкеты и анализ результатов анкетирования

Содержание задания: Продемонстрировать интервью с руководителем практики от организации по изучению ЦА

Ответ должен содержать материалы интервью (вопросы и расшифровку ответов) и анализ результатов.

ПК-4 (Индикаторы ПК-4.1)

Содержание задания: продемонстрировать особенности текстов и их лексических выразительных средств, проанализировав свои тексты или тексты организации

Ответ должен содержать анализ лексических выразительных средств текстов (3-4 средства).

Содержание задания: продемонстрировать особенности текстов и их синтаксических выразительных средств, проанализировав свои тексты или тексты организации

Ответ должен содержать анализ синтаксических выразительных средств текстов (3-4 средства).

УК-2 (Индикаторы УК-2.1, УК-2.2)

Содержание задания: продемонстрировать план исследования исходной ситуации в PR-сфере организации по выявлению проблемы и дальнейшей рекомендации возможных решений.

Ответ должен содержать план анализа исходной (проблемной) ситуации, которую следует решить коммуникативными средствами (проектом, мероприятием).

Содержание задания: проанализировать исходную ситуацию в организации при помощи PR-методов анализа: ситуационного анализа, анкетирования, swot-анализа и т.п. по выбору обучающегося и исходя из особенностей организации.

Ответ должен содержать результаты использования PR-методов исследования (не менее двух методов).

УК-3 (Индикаторы УК-3.1, УК-3.2, УК-3.3)

Содержание задания: Рассказать о доле своего участия в командной работе.

Ответ должен содержать отчет о выполненных поручениях руководителя практики с

указанием доли своего участия.

Содержание задания: рассказать об этических нормах профессии, представить календарный план поручений.

Ответ должен содержать краткую характеристику этических норм профессии в командной работе и календарный план поручений руководителя во время практики.

2.2.2 Критерии оценки устного доклада к письменному отчету

Оценка 5 («отлично») – обучающийся демонстрирует высокий уровень умения анализировать и использовать различные источники информации, уверенно транслирует результаты исследования и отстаивает свою точку зрения.

Оценка 4 («хорошо») - обучающийся демонстрирует высокий уровень умения анализировать и использовать различные источники информации, не уверенно транслирует результаты исследования, не отстаивая свою точку зрения;

Оценка 3 («удовлетворительно») - обучающийся использует современные методы и методики анализа и использования различных источников информации, не уверенно транслирует результаты исследования, не отстаивая свою точку зрения;

Оценка 2 («неудовлетворительно») - обучающийся не умеет анализировать и использовать различные источники информации, не способен транслировать результаты исследования.

2.3 Собеседование по содержанию письменного отчета, устного доклада и результатам практики

2.3.1 Контрольные вопросы к собеседованию по содержанию письменного отчета, устного доклада и результатам практики Формируемая (ые) компетенция (ии)

(индикатор(ы) её достижения):

ОПК-2 (Индикаторы ОПК-2.2)

1. Какие отличия пиар-текстов от текстов журналистских вы знаете.

2. Какие существуют средства выразительности, увеличивающие вовлеченность и воздействие пиар-текстов

3. Назовите жанры пиар-текстов

4. Расскажите, как жанр текста связан с его коммуникативной целью.

5. В чем разница между текстом-анонсом для соцсети и лонгридом?

Ответ должен содержать анализ жанров, типов композиции, отличий пиар-текстов от текстов журналистских.

ОПК-3 (Индикаторы ОПК-3.2)

1. Какие отличия есть у интервью и пиар-интервью?

2. Как строится пресс-релиз?

3. Что такое принцип "перевернутой пирамиды" при создании текста?

4. Какие справочники по орфографии и пунктуации вы знаете?

5. Что важно учитывать в поздравительных текстах (на праздники), отсылаемых партнерам?

Ответ должен содержать анализ особенностей текстов разного назначения, понимания принципа "перевернутой пирамиды".

ОПК-4 (Индикаторы ОПК-4.2)

1. Что такое ЦА?

2. Какие существуют методы изучения ЦА?

3. Что такое сегментация ЦА и зачем это нужно?

4. Что такое потребность ЦА? Может ли быть так, что люди разного достатка, возраста, образования могут иметь одну и ту же потребность. Приведите пример.

5. Какие каналы коммуникации использует организация для работы со своей ЦА

Ответ должен содержать понимание термина сегментация, импликация, каналы коммуникации. Необходимо приводить конкретные примеры из теории или из практики

организации.

ПК -2 (Индикаторы ПК-2.2, ПК-2.3)

1. Зачем в пиар существует этап исследования?
2. Какие проблемы не может и не должен решать пиар-специалист?
3. Что такое управление мнением (восприятием)?
4. Какие коммуникативные средства есть для решения выявленной проблемы (цели проекта), к которому вы были подключены на практике?
5. Расскажите о выявленной вами проблеме (о задаче проекта) и пути ее решения коммуникативными средствами

Ответ должен содержать сценарий действий по решению проблемы, выявленной в ходе анализа исходной ситуации в организации (или на начальном этапе коммуникативного проекта)

ПК-3 (Индикаторы ПК-3.1, ПК-3.3)

1. Какие принципы построения анкеты вы знаете?
2. какие ошибки в формулировании вопросов анкеты вам известны?
3. какие типы вопросов анкеты можно и нужно использовать?
4. Как построить интервью: есть ли принципы его композиции?
5. как происходит анализ анкет и интервью?

Ответ должен содержать примеры из составленной обучающимся анкеты или интервью и необходимо уметь дать анализ результатов анкетирования и интервью.

ПК-4 (Индикаторы 4.1)

1. Расскажите о принципах перестройки текстов с одной информацией для разных групп ЦА?
2. Расскажите, как на характер текстов с одной и той же информацией влияет канал коммуникации (разные СМИ, разные соцсети).
3. Что такое вспомогательные тексты для пиарщика: какова цель составления контент-плана?
4. Расскажите, какие разные по целям тексты должны быть включены в контент-план?
5. Расскажите, как реализуется в организации, где вы проходили практику, построение контента и его реализация?

Ответ должен содержать анализ текстов и контент-плана организации на время прохождения практики.

УК-2 (Индикаторы УК-2.1, УК-2.2)

1. Какие методы анализа коммуникативной ситуации в организации вы знаете?
2. Что такое swot-анализ?
3. Что такое ситуационный анализ?
4. Расскажите о выполненных вами во время практики анализах ситуации.
5. Обоснуйте выбор методов анализа, которые использовали на практике именно вы.

Ответ должен содержать результаты использования пиар-методов исследования (не менее двух методов).

УК-3 (Индикаторы УК-3.1. УК-3.2. УК-3.3)

1. Каким видам работы вы были подключены на практике?
2. Что вы можете сказать о корпоративной этике и культуре?
3. С какой целью организация должна заниматься корпоративной культурой?
4. Расскажите о результатах вашей работы с определением доли вашего участия.

Ответ должен содержать понимание терминов корпоративная культура и этика, должны быть предоставлены материалы по итогам задач от руководителя практики в организации.

2.3.2 Критерии оценки собеседования по содержанию письменного отчета, устного доклада и результатам практики

Оценка 5 («отлично») – обучающийся смог показать прочные знания основных положений фактического материала, умение самостоятельно решать профессиональные задачи, свободно использовать справочную и научную литературу, делать обоснованные выводы по результатам практики;

Оценка 4 («хорошо») – обучающийся смог показать прочные знания основных положений фактического материала, умение самостоятельно решать практические задачи, ориентироваться в рекомендованной справочной и научной литературе, умеет правильно оценить полученные результаты анализа конкретных проблемных ситуаций;

Оценка 3 («удовлетворительно») – обучающийся смог показать знания основных положений фактического материала, умение получить с помощью преподавателя правильное решение практических задач, обучающийся знаком с рекомендованной справочной и научной литературой;

Оценка 2 («неудовлетворительно») – при ответе обучающегося выявились существенные пробелы в знаниях основных положений фактического материала, неумение находить решение поставленных перед ним задач, обучающийся не знаком с рекомендованной литературой.

3. ОЦЕНИВАНИЕ СФОРМИРОВАННОСТИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И ПРОВЕДЕНИЕ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО РЕЗУЛЬТАТАМ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

3.1 Критерии оценки и процедура проведения промежуточной аттестации

Оценка по результатам прохождения практики включает в себя:

- 1) оценку, полученную в отзыве работника от профильной организации о прохождении практики (при прохождении практики в профильной организации);
- 2) оценку письменного отчета о прохождении практики, которая дается руководителем практики от кафедры (университета);
- 3) оценка устного доклада обучающегося;
- 4) оценка результатов собеседования.

Итоговая оценка рассчитывается по формуле:

$$O_{\text{и}} = \frac{O_1 + O_2 + O_3 + O_4}{4}$$

где

O1– оценка, полученная в отзыве (при прохождении практики в профильной организации);

O2– оценка письменного отчета;

O3 – оценка устного доклада;

O4 – оценка по результатам собеседования.

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Самарский национальный исследовательский
университет имени академика С.П. Королева»



САМАРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
SAMARA UNIVERSITY

УТВЕРЖДЕН

27 сентября 2024 года, протокол ученого совета
университета №2
Сертификат №: 20 08 е9 08 00 02 00 00 04 а9
Срок действия: с 27.02.24г. по 27.02.25г.
Владелец: проректор по учебной работе
А.В. Гаврилов

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПРАКТИКИ
ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ТВОРЧЕСКАЯ ПРАКТИКА

Код плана	<u>420301-2024-О-ПП-4г00м-01</u>
Основная образовательная программа высшего образования по направлению подготовки (специальности)	<u>42.03.01 Реклама и связи с общественностью</u>
Профиль (программа)	<u>Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере</u>
Квалификация (степень)	<u>Бакалавр</u>
Блок, в рамках которого происходит освоение модуля (дисциплины)	<u>Б2</u>
Шифр дисциплины (модуля)	<u>Б2.О.03(П)</u>
Институт (факультет)	<u>Факультет филологии и журналистики</u>
Кафедра	<u>русского языка и массовой коммуникации</u>
Форма обучения	<u>очная</u>
Курс, семестр	<u>3 курс, 6 семестр</u>
Форма промежуточной аттестации	<u>зачет с оценкой</u>

Самара, 2024

1. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ С УКАЗАНИЕМ ЭТАПОВ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Паспорт фонда оценочных средств

Планируемые образовательные результаты	Этапы формирования компетенции	Оценочное средство
<p>ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.</p>		
<p>ОПК-1.2. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.</p>		
<p>Обучающийся знает: последовательность этапов и приемы подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.</p> <p>Обучающийся умеет: осуществлять деятельность по подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.</p> <p>Обучающийся владеет: навыками подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.</p>	<p>Письменно дать обзор этапов планирования коммуникационной компании или мероприятия.</p> <p>Редактировать тексты и документы, используемые в сфере рекламы и связей с общественностью, в соответствии с медиаконцепцией канала.</p> <p>Подготовить рекламную продукцию под руководством начальника отдела рекламы и СО в соответствии с медиаконцепциями каналов продвижения.</p>	<p>Письменный отчет, устный доклад, собеседование</p>
<p>ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.</p>		
<p>ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы.</p>		
<p>Обучающийся знает: способы организации рекламной деятельности и деятельности по связям с общественностью в организации определенного типа, основы взаимодействия со СМИ, основные типы документов, обеспечивающих деятельность отделов по рекламе и по связям с общественностью.</p> <p>Обучающийся умеет:</p>	<p>Изучить целевую аудиторию объекта продвижения, письменно дать ее краткое описание, составить материалы для исследования целевой аудитории.</p> <p>Составить письменно краткую характеристику организации, а именно: основная деятельность, структура организации, место</p>	<p>Письменный отчет, устный доклад, собеседование</p>

<p>самостоятельно работать с источниками информации, готовить информационные материалы различного направления, проводить исследования в области рекламы и связей с общественностью, строить рекламно-информационную политику организации.</p> <p>Обучающийся владеет: навыками изучения целевых аудиторий; методами сбора информации и методиками оценки результатов проведенного мероприятия; способностью осуществлять оперативное планирование и контроль за рекламной работой и деятельностью по связям с общественностью.</p>	<p>отдела рекламы и СО в структуре организации, основные принципы работы этого отдела, анализ конкурентов, социальные и/или экономические показатели деятельности организации за последние три года, анализ деятельности отдела рекламы и СО.</p>	
<p>ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.</p>		
<p>ОПК-7.1. Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности.</p>		
<p>Обучающийся знает: возможные последствия рекламного воздействия на аудиторию.</p> <p>Обучающийся умеет: управлять собственными ресурсами с учетом возникающих эффектов от профессиональной деятельности.</p> <p>Обучающийся владеет: навыками устранения нежелательных последствий от своей профессиональной деятельности.</p>	<p>Письменно обосновать выбор вида и жанра рекламной продукции для решения конкретной задачи.</p> <p>Изучить целевую аудиторию объекта продвижения, письменно дать ее краткое описание, составить материалы для исследования целевой аудитории.</p>	<p>Письменный отчет, устный доклад, собеседование</p>
<p>ПК-1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.</p>		
<p>ПК-1.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии.</p>		
<p>Обучающийся знает: принципы тактического планирования мероприятий в рамках реализации конкретной коммуникационной стратегии.</p> <p>Обучающийся умеет: осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии.</p> <p>Обучающийся владеет: навыками осуществления тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии.</p>	<p>Письменно обосновать выбор вида и жанра рекламной продукции для решения конкретной задачи.</p> <p>Изучить целевую аудиторию объекта продвижения, письменно дать ее краткое описание, составить материалы для исследования целевой аудитории.</p> <p>Проанализировать опыт организации коммуникационной компании или мероприятия, отметить плюсы и минусы.</p>	<p>Письменный отчет, устный доклад, собеседование</p>

ПК-1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.		
ПК-1.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.		
<p>Обучающийся знает: принципы организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.</p> <p>Обучающийся умеет: организовывать внутренние коммуникации и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.</p> <p>Обучающийся владеет: навыками организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.</p>	<p>Проанализировать опыт организации коммуникационной компании или мероприятия, отметить плюсы и минусы.</p>	<p>Письменный отчет, устный доклад, собеседование</p>
ПК-3. Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта.		
ПК-3.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами.		
<p>Обучающийся знает: основные технологии мониторинга обратной связи с разными целевыми группами.</p> <p>Обучающийся умеет: осуществлять мониторинг обратной связи с разными целевыми группами.</p> <p>Обучающийся владеет: методикой осуществления мониторинга обратной связи с разными целевыми группами.</p>	<p>Изучить целевую аудиторию объекта продвижения, письменно дать ее краткое описание, составить материалы для исследования целевой аудитории.</p>	<p>Письменный отчет, устный доклад, собеседование</p>
ПК-4. Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа.		
ПК-4.2. Контролирует соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала.		
<p>Обучающийся знает: возможности форматов коммуникационного продукта, различающиеся в соответствии с медиаконцепциями каналов продвижения, типы и виды презентационных материалов в рамках традиционных и современных средств рекламы.</p> <p>Обучающийся умеет:</p>	<p>Редактировать тексты и документы, используемые в сфере рекламы и связей с общественностью, в соответствии с медиаконцепцией канала.</p> <p>Подготовить рекламную продукцию под руководством начальника отдела</p>	<p>Письменный отчет, устный доклад, собеседование</p>

<p>редактировать и самостоятельно создавать различные форматы коммуникационного продукта, соответствующие медиаконцепциям каналов продвижения.</p> <p>Обучающийся владеет:</p> <p>навыками редактирования и создания различных форматов коммуникационного продукта, соответствующих медиаконцепциям каналов продвижения.</p>	<p>рекламы и СО в соответствии с медиаконцепциями каналов продвижения.</p>	
<p>УК-8. Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов.</p>		
<p>УК-8.1. Поддерживает безопасные условия в штатном режиме жизнедеятельности.</p>		
<p>Обучающийся знает:</p> <p>принципы обеспечения безопасных условий в штатном режиме жизнедеятельности.</p> <p>Обучающийся умеет:</p> <p>создавать и поддерживать безопасные условия в штатном режиме жизнедеятельности.</p> <p>Обучающийся владеет:</p> <p>навыками создания и поддержания безопасных условий в штатном режиме жизнедеятельности.</p>	<p>Прослушать инструктаж по технике безопасности.</p> <p>Изучить принципы обеспечения безопасных условий для жизни и деятельности человека в штатном режиме жизнедеятельности.</p>	<p>Собеседование</p>
<p>УК-8. Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов.</p>		
<p>УК-8.2. Осуществляет действия по обеспечению безопасности жизнедеятельности в условиях чрезвычайных ситуаций и минимизации их негативных последствий, в том числе с применением мер защиты.</p>		
<p>Обучающийся знает:</p> <p>классификацию чрезвычайных ситуаций; действия при авариях, катастрофах и стихийных бедствиях; назначение, подготовку и правила пользования индивидуальными средствами защиты при современных средствах поражения.</p> <p>Обучающийся умеет:</p> <p>оказать первую помощь при кровотечении, ожогах, ранении и травмах; пользоваться, находящимися в индивидуальной аптечке, предметами и средствами по их прямому назначению.</p> <p>Обучающийся владеет:</p> <p>способностью участвовать в спасательных и неотложных аварийно-восстановительных мероприятиях в случае возникновения чрезвычайных ситуаций.</p>	<p>Приобрести навыки оказания первой помощи при травмах, несчастных случаях и внезапных состояниях.</p>	<p>Собеседование</p>

2. ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ИЛИ ИНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

2.1 Письменный отчет

2.1.1 Содержание и оформление письменного отчета

По итогам прохождения практики обучающийся предоставляет руководителю практики от университета письменный отчет, содержащий следующие элементы:

1. Титульный лист.
2. Задание(я) для выполнения определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью, для сбора и анализа данных и материалов, проведения исследований.
3. Описательная часть.
4. Список использованных источников.
5. Приложения (при наличии).

Письменный отчет по практике в рамках описательной части включает разделы:

1. Описание организации, в которой проводится практика
2. Анализ коммуникационной активности организации и разработка способов решения профессиональных задач

В разделе 1 приводятся основные сведения об организации, в которой проходила практика, отражаются основные виды деятельности организации.

В разделе 2 должно быть отражено выполнение следующих заданий, направленных на формирование компетенций:

ОПК-1 (Индикатор ОПК-1.2)

Содержание задания: Описание коммуникационных процессов и других профессиональных задач, порученных руководителем практики.

Ответ должен содержать описание этапов планирования и опыта организации коммуникационной кампании или мероприятия для решения конкретных задач, а также варианты созданных коммуникационных продуктов (текстов, дизайн-макетов и под.).

ОПК-5 (Индикатор ОПК-5.2)

Содержание задания: Описание особенностей внутрикорпоративной и внешней организации коммуникационного процесса на предприятии

Ответ должен содержать описание особенностей внутренних коммуникаций компании и их основных инструментов, а также описание особенностей взаимодействия организации с внешней средой.

ОПК-7 (Индикатор ОПК-7.1)

Содержание задания: Анализ результатов выполненных профессиональных задач и их эффективности для коммуникационной политики организации

Ответ должен содержать описание положительных и нежелательных эффектов рекламного воздействия при решении профессиональных задач

ПК-1 (Индикатор ПК-1.2)

Содержание задания: Описание и анализ коммуникационных проектов и мероприятий организации

Ответ должен содержать краткую характеристику основных коммуникационных проектов, реализуемых организацией

ПК-3 (Индикатор ПК-3.3)

Содержание задания: Описание целевой аудитории организации и способ осуществления обратной связи с разными группами потребителей

Ответ должен содержать характеристику целевой аудитории и выбранных обучающимся

материалов для её исследования (не менее двух методов исследования)

ПК-4 (Индикатор ПК-4.2)

Содержание задания: Обоснование выбора и описание видов и жанров рекламных и PR-текстов для решения конкретных задач

Ответ должен содержать характеристику рекламных и PR-текстов, подготовленных для решения конкретных профессиональных задач, а также примеры текстов и документов, составленных обучающимся во время практики

Рекомендуемый объём отчета составляет 20 страниц машинописного текста. Страницы текста и приложений должны соответствовать формату А4. Выполнение работ обязательно осуществлять в печатном виде, через 1,5 интервал, шрифт Times New Roman, кегль 14.

Оформление письменного отчета по практике осуществляется в соответствии общими требованиями к учебным текстовым документам, установленными в Самарском университете.

2.1.2 Критерии оценки письменного отчета

Оценка 5 («отлично») выставляется, если отчет носит исследовательский характер, имеет грамотно изложенную постановку задач практики, содержит глубокий анализ, логичное, последовательное изложение материала с соответствующими выводами и обоснованными предложениями, технические требования к оформлению отчета выполнены полностью.

Оценка 4 («хорошо») выставляется, если отчет имеет грамотно изложенную постановку задач практики, содержит анализ, логичное, последовательное изложение материала с соответствующими выводами и предложениями, технические требования к оформлению отчета выполнены полностью.

Оценка 3 («удовлетворительно») выставляется, если отчет содержит анализ поставленных задач, имеет непоследовательное изложение материала с выводами и предложениями, технические требования к оформлению отчета выполнены с незначительными нарушениями.

Оценка 2 («неудовлетворительно») выставляется, если в отчете не изложен в полном объеме анализ поставленных задач, отсутствует последовательное изложение материала с выводами и предложениями, имеются грубые нарушения технических требований к оформлению отчета.

2.2 Устный доклад к письменному отчету

2.2.1 Содержание и сопровождение устного доклада к письменному отчету

Доклад по отчету по практике проводится в форме презентации в учебной аудитории с применением презентационного оборудования (проектор, экран, ноутбук/ компьютер). Презентация должна содержать не менее 12-15 слайдов с использованием возможностей анимации и различного оформления. Приветствуется наличие в презентации звукового сопровождения (комментариев) и наглядных примеров (видеозаписей и фотоизображений).

В докладе озвучиваются поставленные задачи практики, а также способы и методы применяемые для их решения. Приводятся основные результаты проведенного исследования. Анализ данных представляется в виде таблиц, графиков, рисунков, диаграмм. В заключении демонстрируются выводы и предложения.

В устном докладе должно быть отражено выполнение следующих заданий, направленных на формирование компетенций:

ОПК-1 (Индикатор ОПК-1.2)

Содержание задания: Описание коммуникационных процессов и других профессиональных задач, порученных руководителем практики.

Ответ должен содержать описание этапов планирования и опыта организации коммуникационной кампании или мероприятия для решения конкретных задач, а также варианты созданных коммуникационных продуктов (текстов, дизайн-макетов и под.).

ОПК-5 (Индикатор ОПК-5.2)

Содержание задания: Описание особенностей внутрикорпоративной и внешней организации коммуникационного процесса на предприятии

Ответ должен содержать описание особенностей внутренних коммуникаций компании и их основных инструментов, а также описание особенностей взаимодействия организации с внешней средой.

ОПК-7 (Индикатор ОПК-7.1)

Содержание задания: Анализ результатов выполненных профессиональных задач и их эффективности для коммуникационной политики организации

Ответ должен содержать описание положительных и нежелательных эффектов рекламного воздействия при решении профессиональных задач

ПК-1 (Индикатор ПК-1.2)

Содержание задания: Описание и анализ коммуникационных проектов и мероприятий организации

Ответ должен содержать краткую характеристику основных коммуникационных проектов, реализуемых организацией

ПК-3 (Индикатор ПК-3.3)

Содержание задания: Описание целевой аудитории организации и способ осуществления обратной связи с разными группами потребителей

Ответ должен содержать характеристику целевой аудитории и выбранных обучающимся материалов для её исследования (не менее двух методов исследования)

ПК-4 (Индикатор ПК-4.2)

Содержание задания: Обоснование выбора и описание видов и жанров рекламных и PR-текстов для решения конкретных задач

Ответ должен содержать характеристику рекламных и PR-текстов, подготовленных для решения конкретных профессиональных задач, а также примеры текстов и документов, составленных обучающимся во время практики

2.2.2 Критерии оценки устного доклада к письменному отчету

Оценка 5 («отлично») обучающийся демонстрирует высокий уровень умения анализировать и использовать различные источники информации, уверенно транслирует результаты исследования и отстаивает свою точку зрения.

Оценка 4 («хорошо») обучающийся демонстрирует высокий уровень умения анализировать и использовать различные источники информации, не уверенно транслирует результаты исследования, не отстаивая свою точку зрения;

Оценка 3 («удовлетворительно») обучающийся использует современные методы и методики анализа и использования различных источников информации, не уверенно транслирует результаты исследования, не отстаивая свою точку зрения;

Оценка 2 («неудовлетворительно») обучающийся не умеет анализировать и использовать различные источники информации, не способен транслировать результаты исследования.

2.3 Собеседование по содержанию письменного отчета, устного доклада и результатам практики

2.3.1 Контрольные вопросы к собеседованию по содержанию письменного отчета, устного доклада и результатам практики:

ОПК-1 (Индикатор ОПК-1.2)

1. Содержание вопроса: Какие коммуникационные процессы были поручены Вам в рамках прохождения практики?

Ответ должен содержать краткую характеристику коммуникационных процессов, в которых участвовал обучающийся в рамках прохождения практики.

2. Содержание вопроса: Какие тексты были созданы Вами в рамках прохождения практики?

Ответ должен содержать жанровую характеристику созданных во время практики текстов.

3. Содержание вопроса: Какие профессиональные задания оказались для вас наиболее трудными при выполнении? С чем это было связано?

Ответ должен содержать описание возможных трудностей и их причин.

4. Содержание вопроса: Какие вербальные и визуальные продукты наиболее востребованы в организации?

Ответ должен содержать жанровую характеристику основных информационных продуктов, предлагаемых организацией (релизы, рекламные буклеты, дизайн-макеты и под.).

5. Содержание вопроса: Какие инструменты и методы решения профессиональных задач были Вами использованы в ходе прохождения практики? Какие из них были знакомы Вам в теории (из предыдущих дисциплин), а какие Вы узнали непосредственно от руководителя практики или других сотрудников организации?

Ответ должен содержать перечень инструментов и методов для решения профессиональных задач.

ОПК-5 (Индикатор ОПК-5.2)

1. Содержание вопроса: Какова структура организации, в которой Вы проходили практику?

Ответ должен содержать описание основных элементов структуры организации.

2. Содержание вопроса: Как определяется цена издания в организации, в которой Вы проходили практику?

Ответ должен содержать описание ценовой политики издания.

3. Содержание вопроса: Каковы экономические сложности реализации продукции в организации, в которой Вы проходили практику?

Ответ должен содержать описание экономических трудностей, с которыми сталкивается организация.

4. Содержание вопроса: Каковы особенности внутрикорпоративного издания (при наличии)?

Ответ должен содержать перечень внутрикорпоративных изданий организации (газета, журнал и под.) и их краткую характеристику.

5. Содержание вопроса: С какими субъектами внешней среды взаимодействует организация и каким образом?

Ответ должен содержать характеристику потребительской аудитории и конкурентной среды организации.

ОПК-7 (Индикатор ОПК-7.1)

1. Содержание вопроса: С какими проблемами Вы столкнулись во время выполнения практических задач в период прохождения практики?

Ответ должен содержать перечень проблем, с которыми столкнулся обучающийся при выполнении профессиональных задач

2. Содержание вопроса: Какие рекомендации по решению этих проблем были предложены Вами?

Ответ должен содержать список рекомендаций по решению проблем при выполнении профессиональных задач.

3. Содержание вопроса: Какие результаты Вами были получены при прохождении практики?

Ответ должен содержать перечень результатов практической деятельности обучающегося при выполнении профессиональных задач.

4. Содержание вопроса: Какие нежелательные эффекты коммуникационного воздействия Вы отметили при решении профессиональных задач?

Ответ должен содержать перечень нежелательных последствий при выполнении профессиональных задач.

5. Содержание вопроса: Какие методы измерения эффектов коммуникационного

воздействия Вы применяли?

Ответ должен содержать перечень методов, использованных для измерения эффектов коммуникационного воздействия

ПК-1 (Индикатор ПК-1.2)

1. Содержание вопроса: Дайте определение коммуникационному проекту.

Ответ должен содержать описание коммуникационного проекта как особого инструмента коммуникационной политики организации.

2. Содержание вопроса: Какие коммуникационные проекты осуществляет организация?

Ответ должен содержать описание основных коммуникационных проектов организации и их краткую характеристику (локальные, периодические, разовые и др.).

3. Содержание вопроса: Какие мероприятия проводит компания, на кого они рассчитаны и какова их цель?

Ответ должен содержать описание основных мероприятий, проводимых организацией, с краткой характеристикой целевой аудитории и целей.

4. Осуществляет ли организация некоммерческие коммуникационные проекты? Если да, то каким образом происходит финансирование и реализация таких проектов?

Ответ должен содержать описание некоммерческих коммуникационных проектов, осуществляющихся организацией.

5. Содержание вопроса: Каковы этапы планирования коммуникационных проектов в организации?

Ответ должен содержать перечень этапов осуществления проекта, включая ресурсный и временной анализ проекта.

ПК-3 (Индикатор ПК-3.3)

1. Содержание вопроса: Какие методы и приемы работы Вы использовали для анализа целевой аудитории? Какие из них считаете наиболее эффективными?

Ответ должен содержать описание не менее двух методов (и приемов) анализа целевой аудитории с оценкой их эффективности

2. Содержание вопроса: Какие принципы выбора методов исследования Вы использовали? Каковы особенности использования этих методов?

Ответ должен содержать обоснование принципов выбора методов для исследования целевой аудитории.

3. Содержание вопроса: Опишите ядро целевой аудитории у данной организации.

Ответ должен содержать характеристику основных групп потребителей товаров или услуг данной организации

4. Содержание вопроса: Какие приёмы работы с целевой аудиторией приняты в данной организации?

Ответ должен содержать описание основных приёмов работы с потребителями.

5. Содержание вопроса: Какие методы анализа обратной связи от клиентов приняты в данной организации?

Ответ должен содержать краткую характеристику методов сбора обратной связи от клиентов.

ПК-4 (Индикатор ПК-4.2)

1. Содержание вопроса: Какие тексты и документы, используемые в сфере рекламы и связей с общественностью, Вы создали во время прохождения практики?

Ответ должен содержать жанровую характеристику созданных во время практики текстов.

2. Содержание вопроса: Какие профессиональные задания оказались для вас наиболее трудными при выполнении? С чем это было связано?

Ответ должен содержать описание возможных трудностей и их причин.

3. Содержание вопроса: Какие вербальные и визуальные продукты наиболее востребованы в организации?

Ответ должен содержать жанровую характеристику основных информационных

продуктов, предлагаемых организацией (релизы, рекламные буклеты, дизайн-макеты и под.).

4. Содержание вопроса: Рекламные тексты каких жанров наиболее востребованы в организации?

Ответ должен содержать перечень и краткую характеристику жанров рекламных текстов организации.

5. Содержание вопроса: PR-тексты каких жанров наиболее востребованы в организации?

Ответ должен содержать перечень и краткую характеристику жанров PR-текстов организации.

УК-8 (Индикаторы УК-8.1, УК-8.2)

Содержание задания: Анализ структурного подразделения для характеристики действий по обеспечению безопасности жизнедеятельности

Ответ должен содержать описание способов поддержания безопасных условий в штатном режиме жизнедеятельности организации

1. Содержание вопроса: Каковы меры противопожарной безопасности в организации, в которой Вы проходили практику?

Ответ должен содержать перечень мер противопожарной безопасности в организации.

2. Содержание вопроса: Какие документы существуют в организации для обеспечения мер по предотвращению чрезвычайных ситуаций в организации, в которой Вы проходили практик?

Ответ должен содержать перечень документов, регулирующих обеспечение мер по предотвращению чрезвычайных ситуаций в организации.

3. Содержание вопроса: Какие подразделения организации, в которой Вы проходили практику, отвечают за противопожарную безопасность и предотвращение чрезвычайных ситуаций?

Ответ должен содержать описание подразделений организации, отвечающих за противопожарную безопасность и предотвращение чрезвычайных ситуаций.

4. Содержание вопроса: Какими документами в организации регулируется безопасность жизнедеятельности?

Ответ должен содержать перечень документов, регулирующих безопасность жизнедеятельности в организации.

5. Содержание вопроса: Какие меры оказания первой помощи могут быть осуществлены в организации?

Ответ должен содержать перечень мер оказания первой помощи.

2.1.1 Критерии оценки собеседования по содержанию письменного отчета, устного доклада по результатам практики

Оценка 5 («отлично») обучающийся смог показать прочные знания основных положений фактического материала, умение самостоятельно решать профессиональные задачи, свободно использовать справочную и научную литературу, делать обоснованные выводы по результатам практики;

Оценка 4 («хорошо») обучающийся смог показать прочные знания основных положений фактического материала, умение самостоятельно решать практические задачи, ориентироваться в рекомендованной справочной и научной литературе, умеет правильно оценить полученные результаты анализа конкретных проблемных ситуаций;

Оценка 3 («удовлетворительно») обучающийся смог показать знания основных положений фактического материала, умение получить с помощью преподавателя правильное решение практических задач, обучающийся знаком с рекомендованной справочной и научной литературой;

Оценка 2 («неудовлетворительно») при ответе обучающегося выявились существенные пробелы в знаниях основных положений фактического материала, неумение находить решение поставленных перед ним задач, обучающийся не знаком с рекомендованной литературой.

3. ПРОВЕДЕНИЕ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО РЕЗУЛЬТАТАМ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ И ОЦЕНИВАНИЕ

СФОРМИРОВАННОСТИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ

3.1 Оценка по результатам прохождения практики включает в себя:

- 1) оценку, полученную в отзыве работника от профильной организации о прохождении практики (при прохождении практики в профильной организации);
- 2) оценку письменного отчета о прохождении практики, которая дается руководителем практики от кафедры (университета);
- 3) оценка устного доклада обучающегося;
- 4) оценка результатов собеседования.

Итоговая оценка рассчитывается по формуле:

$$O_u = \frac{O_1 + O_2 + O_3 + O_4}{4},$$

где

O_1 – оценка, полученная в отзыве;

O_2 – оценка письменного отчета;

O_3 – оценка устного доклада;

O_4 – оценка по результатам собеседования.

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Самарский национальный исследовательский
университет имени академика С.П. Королева»



САМАРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
SAMARA UNIVERSITY

УТВЕРЖДЕН

27 сентября 2024 года, протокол ученого совета
университета №2
Сертификат №: 20 08 е9 08 00 02 00 00 04 а9
Срок действия: с 27.02.24г. по 27.02.25г.
Владелец: проректор по учебной работе
А.В. Гаврилов

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПРАКТИКИ
ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ТВОРЧЕСКАЯ ПРАКТИКА (ПРЕСС-СЛУЖБА)

Код плана	<u>420301-2024-О-ПП-4г00м-01</u>
Основная образовательная программа высшего образования по направлению подготовки (специальности)	<u>42.03.01 Реклама и связи с общественностью</u>
Профиль (программа)	<u>Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере</u>
Квалификация (степень)	<u>Бакалавр</u>
Блок, в рамках которого происходит освоение модуля (дисциплины)	<u>Б2</u>
Шифр дисциплины (модуля)	<u>Б2.О.04(П)</u>
Институт (факультет)	<u>Факультет филологии и журналистики</u>
Кафедра	<u>русской и зарубежной литературы и связей с общественностью</u>
Форма обучения	<u>очная</u>
Курс, семестр	<u>4 курс, 8 семестр</u>
Форма промежуточной аттестации	<u>зачет с оценкой</u>

Самара, 2024

1. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ С УКАЗАНИЕМ ЭТАПОВ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Паспорт фонда оценочных средств

Планируемые образовательные результаты	Этапы формирования компетенции	Оценочное средство
ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах.		
ОПК-2.1 Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития		
<p>Знает, как устроены основные общественные институты и учитывает их устройство при создании различных коммуникативных продуктов.</p> <p>Умеет создать коммуникативный продукт с учетом тенденций развития общественных и государственных институтов.</p> <p>Владеет навыком создания медиапродукта или медиатекста с учетом тенденций развития общественных и государственных институтов.</p>	<p>- Ознакомиться со спецификой деятельности организации, в которой обучающийся проходит практику, определить место данной организации среди других субъектов отрасли, изучить административно-хозяйственных характеристики организации и составить краткую письменную характеристику организации</p>	<p>Письменный отчет, устный доклад, собеседование</p>
ОПК-2.2 Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.		
<p>Знает особенности рекламных текстов, учитывающих основные тенденции развития общественных институтов.</p> <p>Умеет создавать рекламные тексты с учетом основных тенденций общественных институтов.</p> <p>Владеет навыком создания рекламного текста с учетом тенденций развития общественных и государственных институтов.</p>	<p>- Подготовить обзор и контент-анализа материалов СМИ об истории и основных тенденциях развития организации (или о текущем проекте, к которому обучающийся может быть подключен во время прохождения практики)</p>	<p>Письменный отчет, устный доклад, собеседование</p>
ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.		
ОПК-3.2 Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.		
<p>Знает о выразительных средствах, которые можно использовать в пиар-текстах.</p> <p>Умеет создавать пиар-тексты с использованием средств выразительности.</p> <p>Владеет навыком создания пиар-текстов с использованием средств выразительности.</p>	<p>- Подготовить тексты рекламы и связей с общественностью и (или) иные коммуникационные продукты, посвященные деятельности организации (конкретному проекту, к которому обучающийся может быть подключен во время прохождения практики), с учетом характеристики целевых групп общественности</p>	<p>Письменный отчет, устный доклад, собеседование</p>

ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.		
ОПК-4.2 Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов		
<p>Знает, как создавать пиар-тексты и тексты рекламного характера с учетом целевой аудитории.</p> <p>Умеет создавать пиар-тексты и тексты рекламного характера, учитывая целевую аудиторию.</p> <p>Владеет навыком создания пиар-текста и текста рекламного характера с учетом целевой аудитории.</p>	<p>- Произвести анализ основных инструментов поиска информации о потребностях целевых групп общественности, используемых в организации</p> <p>- Произвести анализ основных жанров и тематики текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов, подготавливаемых отделом Пресс-службы организации, в которой обучающийся проходит практику</p>	<p>Письменный отчет, устный доклад, собеседование</p>
ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий		
ПК-1.4 Демонстрирует способность понимать, совершенствовать и применять современный инструментарий в рамках использования проектной методологии в профессиональной деятельности		
<p>Знает современный инструментарий в рамках использования проектной методологии в профессиональной деятельности</p> <p>Умеет совершенствовать и применять современный инструментарий в рамках использования проектной методологии в профессиональной деятельности</p> <p>Владеет принципами подбора и применения современных инструментов в рамках использования проектной методологии в профессиональной деятельности</p>	<p>- Произвести анализ основных инструментов поиска информации о потребностях целевых групп общественности, используемых в организации</p>	<p>Письменный отчет, устный доклад, собеседование</p>
ПК-3 Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта		
ПК-3.2 Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта		
<p>Знает современный инструментарий в рамках использования проектной методологии в профессиональной деятельности</p> <p>Умеет совершенствовать и применять современный инструментарий в рамках использования проектной методологии в профессиональной деятельности</p> <p>Владеет принципами подбора и применения современных инструментов в рамках использования проектной методологии в профессиональной деятельности</p>	<p>- Выполнять поручения руководителя практики от организации по подготовке материалов и(или) написанию текстов разных жанров и направленности и(или) подготовке иных коммуникационных продуктов с учетом основных тенденций развития общественных и государственных институтов</p>	<p>Письменный отчет, устный доклад, собеседование</p>

ПК-3.4 Демонстрирует способность понимать, совершенствовать и применять современный инструментарий в ходе исследований в рамках профессиональной деятельности		
<p>Знает современный инструментарий и принципы его функционирования</p> <p>Умеет совершенствовать и применять современный инструментарий в ходе исследований в рамках профессиональной деятельности</p> <p>Владеет принципами подбора и применения профессиональных инструментов в ходе исследований</p>	<p>- Произвести анализ основных инструментов поиска информации о потребностях целевых групп общественности, используемых в организации</p>	<p>Письменный отчет, устный доклад, собеседование</p>

2. ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ИЛИ ИНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

2.1 Письменный отчет

2.1.1 Содержание и оформление письменного отчета

По итогам прохождения практики обучающийся предоставляет руководителю практики от университета письменный отчет, содержащий следующие элементы:

1. Титульный лист.
2. Задание(я) для выполнения определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью (сбор и анализ данных и материалов, проведение исследований).
3. Описательная часть (*в соответствии с рабочей программой практики*).
4. Список использованных источников.
5. Приложения (при наличии).

Письменный отчет по практике в рамках описательной части включает разделы:

- Краткая письменная характеристика организации с указанием специфики организации и ее основных административно-хозяйственных характеристик;
- Результаты контент-анализа материалов СМИ об истории и основных тенденциях развития организации (или о текущем проекте, к которому обучающийся может быть подключен во время прохождения практики);
- Обзор основных инструментов поиска информации о потребностях целевых групп, используемых в организации;
- Анализ основных жанров PR-текстов, подготавливаемых отделом Пресс-службы в организации (фирме)
- Тексты различных жанров рекламы и связей с общественностью и (или) иные коммуникационных продуктов, посвященные деятельности организации (конкретному проекту, к которому обучающийся может быть подключен во время прохождения практики)
- Материалы, созданные по поручению руководителя практики от организации

В письменном отчете должно быть отражено выполнение следующих заданий, направленных на формирование компетенций:

ОПК-2 (индикаторы ОПК-2.1, ОПК-2.2)

Содержание задания:

Ознакомиться со спецификой деятельности организации, в которой обучающийся проходит практику, определить место данной организации среди других субъектов отрасли, изучить административно-хозяйственные характеристики организации и составить краткую письменную характеристику организации; подготовить обзор и контент-анализа материалов СМИ об истории и основных тенденциях развития организации (или о текущем проекте, к которому обучающийся может быть подключен во время прохождения практики)

Ответ

должен содержать краткую характеристику организации с указанием специфики организации и ее основных административно-хозяйственных характеристик; краткий обзор материалов СМИ (3-5), посвященных организации или конкретному проекту организации, к которому подключен обучающийся

ОПК-3 (индикатор ОПК-3.2)

Содержание задания:

Подготовить тексты рекламы и связей с общественностью и (или) иные коммуникационные продукты, посвященные деятельности организации (конкретному проекту, к которому обучающийся может быть подключен во время прохождения практики), с учетом характеристики целевых групп общественности

Ответ

должен содержать 3-5 подготовленных текстов или сценариев PR-мероприятий, посвященных организации или конкретному проекту организации, к которому подключен обучающийся

обучающийся.

ОПК-4 (индикатор ОПК-4.2)

Содержание задания:

Произвести анализ основных инструментов поиска информации о потребностях целевых групп общественности, используемых в организации; произвести анализ основных жанров и тематики текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов, подготавливаемых отделом Пресс-службы организации, в которой обучающийся проходит практику

Ответ

должен содержать результаты анализа основных инструментов поиска информации, используемых в организации, а также обзор жанров текстов и тематики и/или иных коммуникационных продуктов, подготавливаемых отделом пресс-службы организации

ПК-1 (индикатор ПК-1.4)

Содержание задания:

Произвести анализ основных инструментов поиска информации о потребностях целевых групп общественности, используемых в организации

Ответ

должен содержать характеристику основных инструментов поиска информации, используемых в организации.

ПК-3 (индикаторы ПК-3.2, ПК-3.4)

Содержание задания:

Выполнять поручения руководителя практики от организации по подготовке материалов и(или) написанию текстов разных жанров и направленности и(или) подготовке иных коммуникационных продуктов с учетом основных тенденций развития общественных и государственных институтов; произвести анализ основных инструментов поиска информации о потребностях целевых групп общественности, используемых в организации

Ответ

должен содержать перечень и характеристику рабочих заданий, выполненных по поручению руководителя практики от организации с указанием места данных заданий в общей структуре организации или конкретного проекта, к которому подключен обучающийся, а также характеристику основных инструментов поиска информации, используемых в организации.

Объем отчета составляет около 10 страниц машинописного текста.

Оформление письменного отчета по практике осуществляется в соответствии с общими требованиями к учебным текстовым документам, установленными в Самарском университете.

2.1.2 Критерии оценки письменного отчета

Оценка 5 («отлично») – выставляется, если отчет носит исследовательский характер, имеет грамотно изложенную постановку задач практики, содержит глубокий анализ, логичное, последовательное изложение материала с соответствующими выводами и обоснованными предложениями, технические требования к оформлению отчета выполнены полностью.

Оценка 4 («хорошо») – выставляется, если отчет имеет грамотно изложенную постановку задач практики, содержит анализ, логичное, последовательное изложение материала с соответствующими выводами и предложениями, технические требования к оформлению отчета выполнены полностью.

Оценка 3 («удовлетворительно») – выставляется, если отчет содержит неполный анализ поставленных задач, имеет непоследовательное изложение материала с выводами и предложениями, технические требования к оформлению отчета выполнены с нарушениями.

Оценка 2 («неудовлетворительно») – выставляется, если в отчете не изложен в полном объеме анализ поставленных задач, отсутствует последовательное изложение материала с выводами и предложениями, имеются грубые нарушения технических требований к оформлению отчета; если отчет не представлен.

2.2 Устный доклад к отчету

2.2.1 Содержание и сопровождение устного доклада к письменному отчету

Доклад по отчету по практике проводится в форме презентации в учебной аудитории с применением презентационного оборудования (проектор, экран, ноутбук/ компьютер).

Презентация может содержать 12-15 слайдов с использованием возможностей анимации и различного оформления. Приветствуется наличие в презентации звукового сопровождения (комментариев) и наглядных примеров (видеозаписей и фотоизображений).

В докладе озвучиваются поставленные задачи (задания) практики, а также способы и методы, применяемые для их решения. Приводятся основные результаты проведенного исследования. Анализ данных представляется в виде таблиц, графиков, рисунков, диаграмм. В заключении демонстрируются выводы и предложения.

В устном докладе должно быть отражено выполнение следующих заданий, направленных на формирование компетенций:

ОПК-2 (Индикаторы ОПК-2.1, ОПК-2.2)

Содержание задания:

Устно охарактеризовать специфику деятельности организации, в которой обучающийся проходит практику, в том числе определить место данной организации среди других субъектов отрасли, административно-хозяйственные характеристики организации; представить результаты обзора и контент-анализа материалов СМИ об истории и основных тенденциях развития организации (или о текущем проекте, к которому обучающийся может быть подключен во время прохождения практики)

Ответ

должен краткую характеристику специфики деятельности организации, результаты обзора и контент-анализа материалов СМИ об организации

ОПК-3 (Индикатор ОПК-3.2)

Содержание задания:

Представить подготовленные тексты рекламы и связей с общественностью и (или) иные коммуникационные продукты, посвященные деятельности организации (конкретному проекту, к которому обучающийся может быть подключен во время прохождения практики), с учетом характеристики целевых групп общественности

Ответ

должен содержать представление текстов и объяснение их целей и структуры

ОПК-4 (Индикатор ОПК-4.2)

Содержание задания:

Представить анализ основных инструментов поиска информации о потребностях целевых групп общественности, используемых в организации; анализ основных жанров и тематики текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов,готавливаемых отделом Пресс-службы организации, в которой обучающийся проходит практику

Ответ

должен содержать перечень и краткую характеристику основных инструментов поиска информации о ЦА, а также результаты анализа а также жанровую и тематическую характеристику текстов или иных коммуникационных продуктовготавливаемых пресс-службой организации

ПК-1 (индикатор ПК-1.4)

Содержание задания:

Представить анализ основных инструментов поиска информации о потребностях целевых групп общественности, используемых в организации

Ответ

должен содержать перечень и краткую характеристику основных инструментов поиска информации, используемых в организации.

ПК-3 (индикаторы ПК-3.2, ПК-3.4)

Содержание задания:

Представить обзор выполненных поручений руководителя практики от организации по подготовке материалов и(или) написанию текстов разных жанров и направленности и(или) подготовке иных коммуникационных продуктов с указанием основных инструментов поиска информации о потребностях целевых групп общественности, используемых в организации

Ответ

должен содержать перечень и характеристику рабочих заданий, выполненных по поручению руководителя практики от организации с указанием места данных заданий в общей структуре организации или конкретного проекта, к которому подключен обучающийся, а также характеристику основных инструментов поиска информации, используемых в организации.

2.2.2 Критерии оценки устного доклада к письменному отчету

Оценка 5 («отлично») – обучающийся демонстрирует высокий уровень умения анализировать и использовать различные источники информации, уверенно транслирует результаты исследования и отстаивает свою точку зрения.

Оценка 4 («хорошо») - обучающийся демонстрирует высокий уровень умения анализировать и использовать различные источники информации, не уверенно транслирует результаты исследования, не отстаивая свою точку зрения;

Оценка 3 («удовлетворительно») - обучающийся использует современные методы и методики анализа и использования различных источников информации, не уверенно транслирует результаты исследования, не отстаивая свою точку зрения;

Оценка 2 («неудовлетворительно») - обучающийся не умеет анализировать и использовать различные источники информации, не способен транслировать результаты исследования.

2.3 Собеседование по содержанию письменного отчета, устного доклада и результатам практики

2.3.1 Контрольные вопросы к собеседованию по содержанию письменного отчета, устного доклада и результатам практики

ОПК-2 (индикаторы ОПК-2.1, ОПК-2.2)

Вопросы:

- 1) Какова специфика деятельности организации, в которой вы проходили практику?
- 2) Каково ее место среди других субъектов отрасли?
- 3) С какими субъектами государственной власти взаимодействует организация?
- 4) С какими общественными институтами взаимодействует организация?
- 5) Каковы основные административно-хозяйственные характеристики организации?

Ответ

должен содержать характеристику специфики деятельности организации, в которой обучающийся проходит практику, указание места данной организации среди других субъектов отрасли, административно-хозяйственные характеристики организации, а также обзор и контент-анализ материалов СМИ об истории и основных тенденциях развития организации

ОПК-3 (индикатор ОПК-3.2)

Вопросы:

- 1) Расскажите о том, какие тексты были созданы вами во время прохождения практики.
- 2) Какова целевая аудитория созданных вами текстов?
- 3) Какими методами изучения целевой аудитории вы пользовались?
- 4) Какие средства выразительности, увеличивающие вовлеченность и воздействие пиар-текстов, вам известны?
- 5) Используются ли архетипы и образы мировой культуры в коммуникационных продуктах вашей организации, и если используются, то какие?

Ответ

должен содержать краткий обзор подготовленных за время практики текстов и/или иных коммуникационных продуктов и демонстрацию понимания связи содержания и формы текстов со спецификой целевой аудитории (с глубоким пониманием содержания термина «целевая аудитория»), а также отчет о выполненных поручениях руководителя практики с указанием доли своего участия

ОПК-4 (индикатор ОПК-4.2)

Вопросы:

- 1) Какими инструментами поиска информации о потребностях целевых групп пользуются в организации?
- 2) Считаете ли вы данные инструменты достаточными и адекватными?
- 3) Какими жанрами преимущественно пользуется пресс-служба организации, в которой вы проходили практику?
- 4) Какие проблемы организации может, а какие не может (и не должен) решать PR-специалист?
- 5) Какова стратегия создания контента в организации, в которой вы проходили практику?

Ответ

должен содержать анализ основных инструментов поиска информации применительно к организации прохождения практики, а также жанровой специфики и тематики текстов и/ли иных коммуникационных продуктов, подготавливаемых отделом Пресс-службы организации, в которой обучающийся проходит практику

ПК-1 (индикатор ПК-1.4)

Вопросы:

- 1) Какие основные инструменты поиска информации о потребностях целевых групп вам известны?
- 2) Какие из них используются специалистами организации, в которой вы проходили практику?
- 3) На какую целевую аудиторию направлено воздействие пресс-службы организации, в которой вы проходили практику?
- 4) Какой образ организации вы увидели в материалах СМИ?
- 5) Нуждается ли этот образ в корректировке или радикальном изменении?
- 6) Есть ли у пресс-службы понимание того, какой образ организации должен выстраиваться в СМИ?

Ответ

должен содержать характеристику основных инструментов поиска информации о потребностях целевых групп применительно к той организации, в которой проходил практику обучающийся

ПК-3 (индикаторы ПК-3.2, ПК-3.4)

Вопросы:

- 1) какие инструменты маркетинговых исследований вам известны?
- 2) Какие из них вы смогли использовать в рамках практики?
- 4) Что такое сегментация целевой аудитории и зачем это нужно?
- 5) Что такое потребность целевой аудитории и как она определяется?
- 5) К каким видам работ вы были привлечены во время практики?

Ответ

должен содержать анализ основных инструментов поиска информации о потребностях целевых групп общественности, используемых в организации и краткую характеристику поручений руководителя практики, выполненных обучающимся.

2.3.2 Критерии оценки собеседования по содержанию письменного отчета, устного доклада и результатам практики

Оценка 5 («отлично») – обучающийся смог показать прочные знания основных положений фактического материала, умение самостоятельно решать профессиональные задачи, свободно использовать справочную и научную литературу, делать обоснованные выводы по результатам практики;

Оценка 4 («хорошо») – обучающийся смог показать прочные знания основных положений фактического материала, умение самостоятельно решать практические задачи, ориентироваться в рекомендованной справочной и научной литературе, умеет правильно оценить полученные результаты анализа конкретных проблемных ситуаций;

Оценка 3 («удовлетворительно») – обучающийся смог показать знания основных положений фактического материала, умение получить с помощью преподавателя правильное решение практических задач, обучающийся знаком с рекомендованной справочной и научной литературой;

Оценка 2 («неудовлетворительно») – при ответе обучающегося выявились существенные пробелы в знаниях основных положений фактического материала, неумение находить решение поставленных перед ним задач, обучающийся не знаком с рекомендованной литературой.

3. ПРОВЕДЕНИЕ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО РЕЗУЛЬТАТАМ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ И ОЦЕНИВАНИЕ СФОРМИРОВАННОСТИ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ

3.1 Оценка по результатам прохождения практики включает в себя:

1) оценку, полученную в отзыве работника от профильной организации о прохождении практики (при прохождении практики в профильной организации);

2) оценку письменного отчета о прохождении практики, которая дается руководителем практики от кафедры (университета);

3) оценка устного доклада обучающегося;

4) оценка результатов собеседования.

Итоговая оценка рассчитывается по формуле:

$$O_u = \frac{O_1 + O_2 + O_3 + O_4}{4},$$

где

O_1 – оценка, полученная в отзыве;

O_2 – оценка письменного отчета;

O_3 – оценка устного доклада;

O_4 – оценка по результатам собеседования