

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Садыкова Алёна Григорьевна
Должность: Директор Высшей школы креативных индустрий
Дата подписания: 25.05.2026 16:32:01
Уникальный программный ключ:
d72783635b7f7c872e79a746e849dcb1abc6ab7a

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ**
**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования**
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Директор Высшей школы
креативных индустрий
Садыкова Алена Григорьевна

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по производственной практике**

Профессиональная проектная практика

Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль)	«Реклама в системе маркетинговых коммуникаций»
Форма обучения	очная
Год начала обучения	2026
Реализуется в семестре	6

Введение

1. Назначение фонда оценочных средств по производственной профессиональной проектной практике.

2. ФОС является приложением к программе производственной практики (профессиональной проектной практики)».

3. Разработчик: О.А. Двоенко, доцент департамента медиакоммуникаций.

4. Проведена экспертиза ФОС. Члены экспертной группы, проводившие внутреннюю экспертизу:

Председатель: Рубежной А.А., председатель УМК Высшей школы креативных индустрий.

Члены комиссии: Лупандина Н.Д., зам. директора ВШКИ по учебной работе;

Горбачев А.М., директор департамента медиакоммуникаций.

Представитель организации-работодателя: Коршунова Полина Ивановна, главный специалист Службы общественных связей Ставропольского РФ АО «Россельхозбанк».

Экспертное заключение: ФОС соответствует ОП по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама в системе маркетинговых коммуникаций», «PR в государственных и бизнес-структурах», «Рекламные технологии» и рекомендуется для выявления уровня сформированности компетенций по дисциплине.

5. Срок действия ФОС определяется сроком реализации образовательной программы

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

Уровни сформированности компетенци(ий), индикатора (ов)	Дескрипторы			
	Минимальный уровень не достигнут (Неудовлетворительно) 2 балла	Минимальный уровень (удовлетворительно) 3 балла	Средний уровень (хорошо) 4 балла	Высокий уровень (отлично) 5 баллов
<i>УК-1</i> способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач				
Результаты обучения по практике: <i>Индикаторы:</i> (ИД-1, ИД-2, ИД-3)	Отсутствие знаний критического анализа и оценки проблемных ситуаций на основе системного подхода с применением цифровых компетенций	Не в полной мере присутствуют знания критического анализа и оценки проблемных ситуаций на основе системного подхода с применением цифровых компетенций	В достаточной степени знает критического анализа и оценки проблемных ситуаций на основе системного подхода с применением цифровых компетенций	На высоком уровне знает критического анализа и оценки проблемных ситуаций на основе системного подхода с применением цифровых компетенций
<i>УК-3</i> способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде				
Результаты обучения по практике: <i>Индикаторы:</i> (ИД-1, ИД-2, ИД-3)	Отсутствие знаний организует, руководит командной работой и принимает управленческие решения в рамках проекта на всех этапах его жизненного цикла	Не в полной мере присутствуют знания организует, руководит командной работой и принимает управленческие решения в рамках проекта на всех этапах его жизненного цикла	В достаточной степени знает организует, руководит командной работой и принимает управленческие решения в рамках проекта на всех этапах его жизненного цикла	На высоком уровне знает организует, руководит командной работой и принимает управленческие решения в рамках проекта на всех этапах его жизненного цикла
<i>УК-9</i> Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности				
Результаты обучения по практике: <i>Индикаторы:</i> (ИД-1, ИД-2)	Отсутствие знаний обоснованные экономические решения в	Не в полной мере присутствуют знания обоснованные	В достаточной степени знает обоснованные экономические решения в	На высоком уровне знает обоснованные экономические решения в

	различных областях жизнедеятельности и	экономические решения в различных областях жизнедеятельности	различных областях жизнедеятельности	различных областях жизнедеятельности
<i>УК-10</i> Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности				
Результаты обучения по практике: <i>Индикаторы:</i> (ИД-1, ИД-2, ИД-3)	Отсутствие знаний приемами формирования нетерпимого отношения к коррупционному поведению	Не в полной мере присутствуют знания приемами формирования нетерпимого отношения к коррупционному поведению	В достаточной степени знает приемами формирования нетерпимого отношения к коррупционному поведению	На высоком уровне знает приемами формирования нетерпимого отношения к коррупционному поведению
<i>ПК-2</i> Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта.				
Результаты обучения по практике: <i>Индикаторы:</i> (ИД-1, ИД-2, ИД-3)	Отсутствие знаний навыками использования информационных ресурсов при создании коммуникационного продукта	Не в полной мере присутствуют знания навыками использования информационных ресурсов при создании коммуникационного продукта	В достаточной степени знает навыками использования информационных ресурсов при создании коммуникационного продукта	На высоком уровне знает навыками использования информационных ресурсов при создании коммуникационного продукта
<i>ПК-3</i> Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании.				
Результаты обучения по практике: <i>Индикаторы:</i> (ИД-1, ИД-2, ИД-3)	Отсутствие знаний базовые навыки и креативные технологии создания коммуникационного продукта в социальной и профессиональной сфере	Не в полной мере присутствуют знания базовые навыки и креативные технологии создания коммуникационного продукта в социальной и профессиональной сфере	В достаточной степени знает базовые навыки и креативные технологии создания коммуникационного продукта в социальной и профессиональной сфере	На высоком уровне знает базовые навыки и креативные технологии создания коммуникационного продукта в социальной и профессиональной сфере
<i>ПК-4</i> Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде.				
Результаты обучения по	Отсутствие знаний	Не в полной мере	В достаточной степени знает	На высоком уровне знает

<p>практике: <i>Индикаторы:</i> (ИД-1, ИД-2, ИД-3)</p>	<p>креативных технологий создания коммуникационного продукта в социальной и профессиональной сфере</p>	<p>присутствуют знания креативных технологий создания коммуникационного продукта в социальной и профессиональной сфере</p>	<p>креативные технологии создания коммуникационного продукта в социальной и профессиональной сфере</p>	<p>креативные технологии создания коммуникационного продукта в социальной и профессиональной сфере</p>
<p><i>ПК-5</i> Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью.</p>				
<p>Результаты обучения по практике: <i>Индикаторы:</i> (ИД-1, ИД-2, ИД-3)</p>	<p>Отсутствие знаний креативные решения при создании текста коммуникационного продукта</p>	<p>Не в полной мере присутствуют знания креативные решения при создании текста коммуникационного продукта</p>	<p>В достаточной степени знает креативные решения при создании текста коммуникационного продукта</p>	<p>На высоком уровне знает креативные решения при создании текста коммуникационного продукта</p>
<p><i>ПК-6</i> Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью.</p>				
<p>Результаты обучения по практике: <i>Индикаторы:</i> (ИД-1, ИД-2, ИД-3)</p>	<p>Отсутствие знаний базовые навыки и креативные технологии создания коммуникационного продукта в социальной и профессиональной сфере</p>	<p>Не в полной мере присутствуют знания базовые навыки и креативные технологии создания коммуникационного продукта в социальной и профессиональной сфере</p>	<p>В достаточной степени знает базовые навыки и креативные технологии создания коммуникационного продукта в социальной и профессиональной сфере</p>	<p>На высоком уровне знает базовые навыки и креативные технологии создания коммуникационного продукта в социальной и профессиональной сфере</p>
<p><i>ПК-7</i> Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта.</p>				
<p>Результаты обучения по практике: <i>Индикаторы:</i> (ИД-1, ИД-2, ИД-3)</p>	<p>Отсутствие знаний навыками использования информационных ресурсов при создании коммуникационного продукта</p>	<p>Не в полной мере присутствуют знания использования информационных ресурсов при создании коммуникационного продукта</p>	<p>В достаточной степени знает использования информационных ресурсов при создании коммуникационного продукта</p>	<p>На высоком уровне знает использования информационных ресурсов при создании коммуникационного продукта</p>
<p><i>ПК-8</i> Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта.</p>				
<p>Результаты обучения по</p>	<p>Отсутствие знаний базовые</p>	<p>Не в полной мере</p>	<p>В достаточной степени знает</p>	<p>На высоком уровне знает</p>

<p>практике: <i>Индикаторы:</i> (ИД-1, ИД-2, ИД-3)</p>	<p>навыки и креативные технологии создания коммуникационного продукта в социальной и профессиональной сфере</p>	<p>присутствуют знания базовые навыки и креативные технологии создания коммуникационного продукта в социальной и профессиональной сфере</p>	<p>базовые навыки и креативные технологии создания коммуникационного продукта в социальной и профессиональной сфере</p>	<p>базовые навыки и креативные технологии создания коммуникационного продукта в социальной и профессиональной сфере</p>
<p><i>ПК-9</i> Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта.</p>				
<p>Результаты обучения по практике: <i>Индикаторы:</i> (ИД-1, ИД-2, ИД-3)</p>	<p>Отсутствие знаний навыками использования информационных ресурсов при создании коммуникационного продукта</p>	<p>Не в полной мере присутствуют знания навыками использования информационных ресурсов при создании коммуникационного продукта</p>	<p>В достаточной степени знает навыками использования информационных ресурсов при создании коммуникационного продукта</p>	<p>На высоком уровне знает навыками использования информационных ресурсов при создании коммуникационного продукта</p>
<p><i>ПК-10</i></p>				
<p>Результаты обучения по практике: <i>Индикаторы:</i> (ИД-1, ИД-2, ИД-3)</p>	<p>Отсутствие знаний базовые навыки и креативные технологии создания коммуникационного продукта в социальной и профессиональной сфере</p>	<p>Не в полной мере присутствуют знания базовые навыки и креативные технологии создания коммуникационного продукта в социальной и профессиональной сфере</p>	<p>В достаточной степени знает базовые навыки и креативные технологии создания коммуникационного продукта в социальной и профессиональной сфере</p>	<p>На высоком уровне знает базовые навыки и креативные технологии создания коммуникационного продукта в социальной и профессиональной сфере</p>
<p><i>ПК-11</i> 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>Результаты обучения по практике: <i>Индикаторы:</i> (ИД-1, ИД-2, ИД-3)</p>	<p>Отсутствие знаний организует, руководит командной работой и принимает управленческие решения в рамках проекта на всех этапах его</p>	<p>Не в полной мере присутствуют знания организует, руководит командной работой и принимает управленческие решения в</p>	<p>В достаточной степени знает организует, руководит командной работой и принимает управленческие решения в рамках проекта на всех этапах</p>	<p>На высоком уровне знает организует, руководит командной работой и принимает управленческие решения в рамках проекта на всех этапах</p>

	жизненного цикла	рамках проекта на всех этапах его жизненного цикла	его жизненного цикла	его жизненного цикла
<i>ПК-12</i> Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии				
Результаты обучения по практике: <i>Индикаторы:</i> (ИД-1, ИД-2, ИД-3)	Отсутствие знаний организует, руководит командной работой и принимает управленческие решения в рамках проекта на всех этапах его жизненного цикла	Не в полной мере присутствуют знания организует, руководит командной работой и принимает управленческие решения в рамках проекта на всех этапах его жизненного цикла	В достаточной степени знает организует, руководит командной работой и принимает управленческие решения в рамках проекта на всех этапах его жизненного цикла	На высоком уровне знает организует, руководит командной работой и принимает управленческие решения в рамках проекта на всех этапах его жизненного цикла
<i>ПК-13</i> Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.				
Результаты обучения по практике: <i>Индикаторы:</i> (ИД-1, ИД-2, ИД-3)	Отсутствие знаний осуществлении профессиональной деятельности в сфере корпоративных коммуникаций с применением современных информационных технологий	Не в полной мере присутствуют знания осуществлении профессиональной деятельности в сфере корпоративных коммуникаций с применением современных информационных технологий	В достаточной степени знает осуществлении профессиональной деятельности в сфере корпоративных коммуникаций с применением современных информационных технологий	На высоком уровне знает осуществлении профессиональной деятельности в сфере корпоративных коммуникаций с применением современных информационных технологий
<i>ПК-14</i> При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде.				
Результаты обучения по практике: <i>Индикаторы:</i> (ИД-1, ИД-2, ИД-3)	Отсутствие знаний навыками использования информационных ресурсов при создании коммуникационного продукта	Не в полной мере присутствуют знания использования информационных ресурсов при создании коммуникационного продукта	В достаточной степени знает использования информационных ресурсов при создании коммуникационного продукта	На высоком уровне знает использования информационных ресурсов при создании коммуникационного продукта
<i>ПК-15</i> При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде.				
Результаты	Отсутствие	Не в полной	В достаточной	На высоком

обучения по практике: <i>Индикаторы:</i> (ИД-1, ИД-2, ИД-3)	знаний навыками использования информационных ресурсов при создании коммуникационного продукта	мере присутствуют знания навыками использования информационных ресурсов при создании коммуникационного продукта	степени знает навыками использования информационных ресурсов при создании коммуникационного продукта	уровне знает навыками использования информационных ресурсов при создании коммуникационного продукта
<i>ПК-16</i> Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами.				
Результаты обучения по практике: <i>Индикаторы:</i> (ИД-1, ИД-2, ИД-3)	Отсутствие знаний критического анализа и оценки проблемных ситуаций на основе системного подхода с применением цифровых компетенций	Не в полной мере присутствуют знания критического анализа и оценки проблемных ситуаций на основе системного подхода с применением цифровых компетенций	В достаточной степени знает критического анализа и оценки проблемных ситуаций на основе системного подхода с применением цифровых компетенций	На высоком уровне знает критического анализа и оценки проблемных ситуаций на основе системного подхода с применением цифровых компетенций
<i>ПК-17</i> Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций.				
Результаты обучения по практике: <i>Индикаторы:</i> (ИД-1, ИД-2, ИД-3)	Отсутствие знаний осуществлении профессиональной деятельности в сфере корпоративных коммуникаций с применением современных информационных технологий	Не в полной мере присутствуют знания осуществлении профессиональной деятельности в сфере корпоративных коммуникаций с применением современных информационных технологий	В достаточной степени знает осуществлении профессиональной деятельности в сфере корпоративных коммуникаций с применением современных информационных технологий	На высоком уровне знает осуществлении профессиональной деятельности в сфере корпоративных коммуникаций с применением современных информационных технологий
<i>ПК-18</i> Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта.				
Результаты обучения по практике: <i>Индикаторы:</i> (ИД-1, ИД-2, ИД-3)	Отсутствие знаний критического анализа и оценки проблемных ситуаций на	Не в полной мере присутствуют знания критического анализа и	В достаточной степени знает критического анализа и оценки проблемных	На высоком уровне знает критического анализа и оценки проблемных

	основе системного подхода с применением цифровых компетенций	оценки проблемных ситуаций на основе системного подхода с применением цифровых компетенций	ситуаций на основе системного подхода с применением цифровых компетенций	ситуаций на основе системного подхода с применением цифровых компетенций
<i>ПК-19</i> Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы.				
Результаты обучения по практике: <i>Индикаторы:</i> (ИД-1, ИД-2, ИД-3)	Отсутствие знаний базовые навыки и креативные технологии создания коммуникационного продукта в социальной и профессиональной сфере	Не в полной мере присутствуют знания базовые навыки и креативные технологии создания коммуникационного продукта в социальной и профессиональной сфере	В достаточной степени знает базовые навыки и креативные технологии создания коммуникационного продукта в социальной и профессиональной сфере	На высоком уровне знает базовые навыки и креативные технологии создания коммуникационного продукта в социальной и профессиональной сфере
<i>ПК-20</i> При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности.				
Результаты обучения по практике: <i>Индикаторы:</i> (ИД-1, ИД-2, ИД-3)	Отсутствие навыков использования информационных ресурсов при создании коммуникационного продукта	Не в полной мере присутствуют знания навыками использования информационных ресурсов при создании коммуникационного продукта	В достаточной степени знает навыками использования информационных ресурсов при создании коммуникационного продукта	На высоком уровне знает навыками использования информационных ресурсов при создании коммуникационного продукта

Критерии оценивания компетенций

Оценка «отлично» выставляется студенту, если он создает тексты рекламы и связей с общественностью любого уровня сложности с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта; создает сценарии для специальных событий и мероприятий с учетом специфики коммуникационных задач; формулирует целевой репутационный образ организации/компании/персоны; интегрирует коммуникации для эффективной реализации коммуникационной стратегии; выполняет функционал руководителя линейного/функционального подразделения отдела по рекламе и связям с общественностью организации или коммуникационного/рекламного/PR-агентства; организует работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры; контролирует и регулирует ход выполнения проектной работы в сфере рекламы и связей с общественностью; на основании знания специфики

функционирования предприятий современной коммуникационной индустрии выстраивает работу подразделения /предприятия, применяет технологии организации коммуникационной работы; применяет методы качественного и количественного анализа информационного поля, методы работы с открытыми данными и большими объемами информации; получает, интерпретирует и представляет результаты исследования. На основе исследования составляет практические рекомендации и прогнозирует тенденции коммуникационной сферы; использует современные онлайн и офлайн технологии выстраивания коммуникаций с разными стейкхолдерами (органами государственной власти, финансовым сообществом, медиа, локальными сообществами, потребителями, общественными организациями); разрабатывает и применяет современные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми аудиториями использует технические средства и интегрирует современные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта; отбирает аналитические методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта и применяет их на практике; проводит анализ ситуации и разрабатывает проекты и кампании в сфере рекламы и связей с общественностью; способен разрабатывать проекты в структуре медиапредприятий, управлять проектной работой в сети Интернет, внедрять бизнес-стратегии в практику медиакомпаний; сдал все задания, подготовил отчет.

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

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он создает тексты рекламы и связей с общественностью любого уровня сложности с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта; создает сценарии для специальных событий и мероприятий с учетом специфики коммуникационных задач; формулирует целевой репутационный образ организации/компании/ персоны; интегрирует коммуникации для эффективной реализации коммуникационной стратегии; выполняет функционал руководителя линейного/функционального подразделения отдела по рекламе и связям с общественностью организации или коммуникационного/рекламного/ PR-агентства; организывает работу по совершенствованию внешних и внутренних коммуникаций и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры; контролирует и регулирует ход выполнения проектной работы в сфере рекламы и связей с общественностью; на основании знания специфики функционирования предприятий современной коммуникационной индустрии выстраивает работу подразделения /предприятия, применяет технологии организации коммуникационной работы; применяет методы качественного и количественного анализа информационного поля, методы работы с открытыми данными и большими объемами информации; получает, интерпретирует и представляет результаты исследования. На основе исследования составляет практические рекомендации и прогнозирует тенденции коммуникационной сферы; использует современные онлайн и офлайн технологии выстраивания коммуникаций с разными стейкхолдерами (органами государственной власти, финансовым сообществом, медиа, локальными сообществами, потребителями, общественными организациями); разрабатывает и применяет современные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми аудиториями использует технические средства и интегрирует современные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта; отбирает аналитические методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта и применяет их на практике; проводит анализ ситуации и разрабатывает проекты и кампании в сфере рекламы и связей с общественностью; способен разрабатывать проекты в структуре медиапредприятий, управлять проектной работой в сети Интернет, внедрять бизнес-стратегии в практику медиакомпаний;; сдал все задания на 60%, подготовил отчет.

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

власти, финансовым сообществом, медиа, локальными сообществами, потребителями, общественными организациями); разрабатывает и применяет современные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми аудиториями использует технические средства и интегрирует современные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта; отбирает аналитические методы и инструменты для целеполагания, планирования и оценки эффективности коммуникационной стратегии, коммуникационного проекта и применяет их на практике; проводит анализ ситуации и разрабатывает проекты и кампании в сфере рекламы и связей с общественностью; способен разрабатывать проекты в структуре медиапредприятий, управлять проектной работой в сети Интернет, внедрять бизнес-стратегии в практику медиакомпаний;; сдал все задания менее, чем на 50%, подготовил отчет.

2. Оценочные средства по профессиональной проектной практике

2.1. Задания, позволяющие оценить знания, полученные на практике

Формируемые компетенции, индикаторы		Формулировка задания	
Код компетенции	Формулировка		
УК-1 ИД-1 УК-1 ИД-2 УК-1 ИД-3 УК-1 УК-3 ИД-1 УК-3 ИД-2 УК-3 ИД-3 УК-3 УК-9ИД-1 УК-9 ИД-2 УК-9 УК-10 ИД-1 УК-10 ИД-2 УК-10 ИД-3 УК-10. ПК-2 ИД-1 ПК-2 ИД-2 ПК-2 ИД-3 ПК-2 ПК-3	<p>способность разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, задания на их разработку, осуществлять руководство проектной деятельностью</p> <p>способность оценивать качество и эффективность проектов с учетом возможностей использования современных методов их реализации, контроля и корректировки</p> <p>способность использовать элементы экономического анализа в практической деятельности и разрабатывать технико-экономические обоснования проектов</p>	Задание 1	Производственный инструктаж, в т.ч. инструктаж по технике безопасности
ИД-1 ПК-3 ИД-2 ПК-3 ИД-3 ПК-3 ПК-4 ИД-1 ПК-4 ИД-2 ПК-4 ИД-3 ПК-5. ИД-1 ПК-5 ИД-2 ПК-5 ИД-3 ПК-5 ПК-6. ИД-1 ПК-6 ИД-2 ПК-6 ИД-3 ПК-6 ПК-7ИД-1 ПК-7 ИД-2 ПК-7 ИД-3 ПК-7 ПК-8. ИД-1 ПК-8 ИД-2 ПК-8 ИД-3 ПК-8 ПК-9 ИД-1 ПК-9 ИД-2 ПК-9 ИД-3 ПК-9 ПК-10 ИД-1 ПК-10 ИД-2 ПК-10 ИД-3 ПК-10 ПК-11ИД-1 ПК-11 ИД-2 ПК-11 ИД-3	<p>способность разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, задания на их разработку, осуществлять руководство проектной деятельностью</p> <p>способность оценивать качество и эффективность проектов с учетом возможностей использования современных методов их реализации, контроля и корректировки</p> <p>способность использовать элементы экономического анализа в практической деятельности и разрабатывать технико-экономические обоснования проектов</p>	Задание 2	Ознакомление с местом и условиями проведения практики; выполнение; коррекция и выполнение плана работы
	<p>способность разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, задания на их разработку, осуществлять руководство проектной деятельностью</p> <p>способность оценивать качество и эффективность проектов с учетом возможностей использования современных методов их реализации, контроля и корректировки</p>	Задание 3	Выполнение зачетного задания; обработка данных эмпирического исследования Заполнение дневника практики; заполнение отчета по практике.

<p>ПК-11 ПК-12 ИД-1 ПК-12 ИД-2 ПК-12 ИД-3 ПК-12 ПК-13ИД-1 ПК-13 ИД-2 ПК-13 ИД-3 ПК-13 ПК-14 ИД-1 ПК-14 ИД-2 ПК-14 ИД-3 ПК-14 ПК-15 ИД-1 ПК-15 ИД-2 ПК-15 ИД-3 ПК-15 ПК-16 ИД-1</p>	<p>способность использовать элементы экономического анализа в практической деятельности и разрабатывать технико-экономические обоснования проектов</p>		
---	--	--	--

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

Контролируемые компетенции или их части		Формулировка задания	
Код компетенции	Формулировка		
<p>УК-1 ИД-1 УК-1 ИД-2 УК-1 ИД-3 УК-1 УК-3 ИД-1 УК-3 ИД-2 УК-3 ИД-3 УК-3 УК-9 ИД-1 УК-9 ИД-2 УК-9 УК-10 ИД-1 УК-10 ИД-2 УК-10 ИД-3 УК-10. ПК-2 ИД-1</p>	<p>способность разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, задания на их разработку, осуществлять руководство проектной деятельностью</p> <p>способность оценивать качество и эффективность проектов с учетом возможностей использования современных методов их реализации, контроля и корректировки</p> <p>способность использовать элементы экономического анализа в</p>	<p>Задание 1</p>	<p>Знакомство с организацией, изучение условий функционирования организации</p> <p>Изучение управленческой документации организации</p>

ПК-2 ИД-2 ПК-2 ИД-3 ПК-2 ПК-3	практической деятельности и разрабатывать технико- экономические обоснования проектов		
ИД-1 ПК-3 ИД-2 ПК-3 ИД-3 ПК-3 ПК-4 ИД-1 ПК-4 ИД-2 ПК-4 ИД-3 ПК-5. ИД-1 ПК-5 ИД-2 ПК-5 ИД-3 ПК-5 ПК-6. ИД-1 ПК-6 ИД-2 ПК-6 ИД-3 ПК-6 ПК-7ИД-1 ПК-7 ИД-2 ПК-7 ИД-3 ПК-7 ПК-8. ИД-1 ПК-8 ИД-2 ПК-8 ИД-3 ПК-8 ПК-9 ИД-1	способность разрабатывать стратегические концепции и бизнес- планы проектов, задания на их разработку, осуществлять руководство проектной деятельностью способность оценивать качество и эффективность проектов с учетом возможностей использования современных методов их реализации, контроля и корректировки способность использовать элементы экономического анализа в практической деятельности и разрабатывать технико- экономические обоснования проектов	Задание 2	Изучение социально- экономических условий и особенностей функционирования организации
ПК-9 ИД-2 ПК-9 ИД-3 ПК-9 ПК-10 ИД-1 ПК-10 ИД-2 ПК-10 ИД-3 ПК-10 ПК-11ИД-1 ПК-11 ИД-2 ПК-11 ИД-3 ПК-11 ПК-12 ИД-1 ПК-12 ИД-2 ПК-12 ИД-3 ПК-12 ПК-13ИД-1 ПК-13 ИД-2 ПК-13 ИД-3 ПК-13 ПК-14 ИД-1 ПК-14 ИД-2 ПК-14 ИД-3 ПК-14 ПК-15 ИД-1 ПК-15 ИД-2 ПК-15 ИД-3 ПК-15 ПК-16 ИД-1 ПК-16 ИД-2 ПК-16 ИД-3 ПК-16 ПК-17 ИД-1 ПК-17 ИД-2 ПК-17 ИД-3	способность разрабатывать стратегические концепции и бизнес- планы проектов, задания на их разработку, осуществлять руководство проектной деятельностью способность оценивать качество и эффективность проектов с учетом возможностей использования современных методов их реализации, контроля и корректировки способность использовать элементы экономического анализа в практической деятельности и разрабатывать технико- экономические обоснования проектов	Задание 3	Изучение информационной системы предприятия Обработка и анализ полученной информации

ПК-17 ПК-18 ИД-1 ПК-18 ИД-2 ПК-18 ИД-3 ПК-18 ПК-19			
---	--	--	--

3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

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

Оформление материалов после прохождения практики осуществляется следующим образом. Студент предоставляет преподавателю пакет документов, включающий следующие основные тексты:

1. Отчет о прохождении практики, созданный обучающимся самостоятельно, включающий всю информацию о прохождении практики, (личные впечатления от работы в данной организации, профессионального контакта со старшими коллегами, рассказ о профессиональных техниках и технологиях, практикуемых в данной организации и освоенных обучающимся в ходе практики).

2. Отзыв руководителя, выданный по месту прохождения практики.

3. Дневник практики, отражающий календарный план мероприятий, в которых обучающийся принял участие за время прохождения практики.

При проверке задания и защите отчета оценивается общая культура; (речь, манера поведения, внешний вид); профессиональная компетентность; объем изученного основного материала; объем изученного дополнительного материала; владение навыками коммуникативного взаимодействия (тактичность, эмоциональность, принятие, толерантность, культура речи); соответствие применяемых форм работы и эффективность выполнения задач; профессиональная компетентность; достижение поставленной цели; соблюдение этических норм.

Технологическая карта работы студента

Код реализуемой компетенции	Вид деятельности студентов	Кол-во часов	Итоговый продукт самостоятельной работы	Способы оценки
УК-1 ИД-1 УК-1 ИД-2 УК-1 ИД-3 УК-1 УК-3 ИД-1 УК-3 ИД-2 УК-3 ИД-3 УК-3 УК-9ИД-1 УК-9 ИД-2 УК-9 УК-10 ИД-1 УК-10 ИД-2 УК-10 ИД-3 УК-10. ПК-2 ИД-1 ПК-2 ИД-2 ПК-2 ИД-3	Установочная конференция (определение круга обязанностей и полномочий сотрудников организации, знакомство с основными принципами и приемами работы в избранном организации).	10	Собеседование	Зачет/ незачет

<p>ПК-2 ПК-3ИД-1 ПК-3 ИД-2 ПК-3 ИД-3 ПК-3 ПК-4 ИД-1 ПК-4 ИД-2 ПК-4 ИД-3 ПК-5. ИД-1 ПК-5 ИД-2 ПК-5 ИД-3 ПК-5 ПК-6. ИД-1 ПК-6 ИД-2 ПК-6 ИД-3 ПК-6 ПК-7ИД-1 ПК-7 ИД-2 ПК-7 ИД-3 ПК-7 ПК-8. ИД-1 ПК-8 ИД-2 ПК-8 ИД-3 ПК-8 ПК-9 ИД-1 ПК-9 ИД-2 ПК-9 ИД-3 ПК-9 ПК-10 ИД-1 ПК-10 ИД-2 ПК-10 ИД-3 ПК-10 ПК-11ИД-1 ПК-11 ИД-2 ПК-11 ИД-3 ПК-11 ПК-12 ИД-1 ПК-12 ИД-2 ПК-12 ИД-3 ПК-12 ПК-13ИД-1 ПК-13 ИД-2 ПК-13 ИД-3 ПК-13 ПК-14 ИД-1 ПК-14 ИД-2 ПК-14 ИД-3 ПК-14 ПК-15 ИД-1 ПК-15 ИД-2 ПК-15 ИД-3 ПК-15 ПК-16 ИД-1 ПК-16 ИД-2 ПК-16 ИД-3 ПК-16 ПК-17 ИД-1 ПК-17 ИД-2 ПК-17 ИД-3 ПК-17 ПК-18 ИД-1 ПК-18 ИД-2 ПК-18 ИД-3 ПК-18 ПК-19 ПК-19.1 ПК-19.2 ПК-19.3 ПК-20 ПК-20.2 ПК-20.3</p>				
<p>УК-1 ИД-1 УК-1 ИД-2 УК-1 ИД-3 УК-1 УК-3 ИД-1 УК-3 ИД-2 УК-3 ИД-3 УК-3 УК-9ИД-1 УК-9 ИД-2 УК-9 УК-10 ИД-1 УК-10 ИД-2 УК-10 ИД-3 УК-10. ПК-2 ИД-1 ПК-2 ИД-2 ПК-2 ИД-3 ПК-2 ПК-3ИД-1 ПК-3 ИД-2 ПК-3 ИД-3 ПК-3 ПК-4 ИД-1 ПК-4 ИД-2 ПК-4 ИД-3 ПК-5. ИД-1 ПК-5 ИД-2 ПК-5 ИД-3 ПК-5 ПК-6. ИД-1 ПК-6 ИД-2 ПК-6 ИД-3 ПК-6 ПК-7ИД-1 ПК-7 ИД-2 ПК-7 ИД-3 ПК-7 ПК-8. ИД-1 ПК-8 ИД-2 ПК-8</p>	<p>Разработка индивидуального плана прохождения практики; планирование деятельности на всех ее основных фазах - от постановки задачи до создания материала</p>	<p>116</p>	<p>Собеседование по конспектам</p>	<p>Зачет/ незачет</p>

<p>ИД-3 ПК-8 ПК-9 ИД-1 ПК-9 ИД-2 ПК-9 ИД-3 ПК-9 ПК-10 ИД-1 ПК-10 ИД-2 ПК-10 ИД-3 ПК-10 ПК-11 ИД-1 ПК-11 ИД-2 ПК-11 ИД-3 ПК-11 ПК-12 ИД-1 ПК-12 ИД-2 ПК-12 ИД-3 ПК-12 ПК-13 ИД-1 ПК-13 ИД-2 ПК-13 ИД-3 ПК-13 ПК-14 ИД-1 ПК-14 ИД-2 ПК-14 ИД-3 ПК-14 ПК-15 ИД-1 ПК-15 ИД-2 ПК-15 ИД-3 ПК-15 ПК-16 ИД-1 ПК-16 ИД-2 ПК-16 ИД-3 ПК-16 ПК-17 ИД-1 ПК-17 ИД-2 ПК-17 ИД-3 ПК-17 ПК-18 ИД-1 ПК-18 ИД-2 ПК-18 ИД-3 ПК-18 ПК-19 ПК-19.1 ПК-19.2 ПК-19.3 ПК-20 ПК-20.2 ПК-20.3</p>				
<p>УК-1 ИД-1 УК-1 ИД-2 УК-1 ИД-3 УК-1 УК-3 ИД-1 УК-3 ИД-2 УК-3 ИД-3 УК-3 УК-9 ИД-1 УК-9 ИД-2 УК-9 УК-10 ИД-1 УК-10 ИД-2 УК-10 ИД-3 УК-10. ПК-2 ИД-1 ПК-2 ИД-2 ПК-2 ИД-3 ПК-2 ПК-3 ИД-1 ПК-3 ИД-2 ПК-3 ИД-3 ПК-3 ПК-4 ИД-1 ПК-4 ИД-2 ПК-4 ИД-3 ПК-5. ИД-1 ПК-5 ИД-2 ПК-5 ИД-3 ПК-5 ПК-6. ИД-1 ПК-6 ИД-2 ПК-6 ИД-3 ПК-6 ПК-7 ИД-1 ПК-7 ИД-2 ПК-7 ИД-3 ПК-7 ПК-8. ИД-1 ПК-8 ИД-2 ПК-8 ИД-3 ПК-8 ПК-9 ИД-1 ПК-9 ИД-2 ПК-9 ИД-3 ПК-9 ПК-10 ИД-1 ПК-10 ИД-2 ПК-10 ИД-3 ПК-10 ПК-11 ИД-1 ПК-11 ИД-2 ПК-11 ИД-3 ПК-11 ПК-12 ИД-1 ПК-12 ИД-2 ПК-12 ИД-3 ПК-12</p>	<p>Самостоятельная работа, связанная с поиском, сбором, селекцией информации</p>	<p>60</p>	<p>Собеседование</p>	<p>Зачет/ незачет</p>

ПК-13ИД-1 ПК-13 ИД-2 ПК-13 ИД-3 ПК-13 ПК-14 ИД-1 ПК-14 ИД-2 ПК-14 ИД-3 ПК-14 ПК-15 ИД-1 ПК-15 ИД-2 ПК-15 ИД-3 ПК-15 ПК-16 ИД-1 ПК-16 ИД-2 ПК-16 ИД-3 ПК-16 ПК-17 ИД-1 ПК-17 ИД-2 ПК-17 ИД-3 ПК-17 ПК-18 ИД-1 ПК-18 ИД-2 ПК-18 ИД-3 ПК-18 ПК-19 ПК-19.1 ПК-19.2 ПК-19.3 ПК-20 ПК-20.2 ПК-20.3				
УК-1 ИД-1 УК-1 ИД-2 УК-1 ИД-3 УК-1 УК-3 ИД-1 УК-3 ИД-2 УК-3 ИД-3 УК-3 УК-9ИД-1 УК-9 ИД-2 УК-9 УК-10 ИД-1 УК-10 ИД-2 УК-10 ИД-3 УК-10. ПК-2 ИД-1 ПК-2 ИД-2 ПК-2 ИД-3 ПК-2 ПК-3 ИД-1 ПК-3 ИД-2 ПК-3 ИД-3 ПК-3 ПК-4 ИД-1 ПК-4 ИД-2 ПК-4 ИД-3 ПК-5. ИД-1 ПК-5 ИД-2 ПК-5 ИД-3 ПК-5 ПК-6. ИД-1 ПК-6 ИД-2 ПК-6 ИД-3 ПК-6 ПК-7ИД-1 ПК-7 ИД-2 ПК-7 ИД-3 ПК-7 ПК-8. ИД-1 ПК-8 ИД-2 ПК-8 ИД-3 ПК-8 ПК-9 ИД-1 ПК-9 ИД-2 ПК-9 ИД-3 ПК-9 ПК-10 ИД-1 ПК-10 ИД-2 ПК-10 ИД-3 ПК-10 ПК-11ИД-1 ПК-11 ИД-2 ПК-11 ИД-3 ПК-11 ПК-12 ИД-1 ПК-12 ИД-2 ПК-12 ИД-3 ПК-12 ПК-13ИД-1 ПК-13 ИД-2 ПК-13 ИД-3 ПК-13 ПК-14 ИД-1 ПК-14 ИД-2 ПК-14 ИД-3 ПК-14 ПК-15 ИД-1 ПК-15 ИД-2 ПК-15 ИД-3 ПК-15 ПК-16 ИД-1 ПК-16 ИД-2 ПК-16 ИД-3 ПК-16 ПК-17 ИД-1	Организация и проведение контроля самостоятельной работы	20	Собеседование	Зачет/ незачет

ПК-17 ИД-2 ПК-17 ИД-3 ПК-17 ПК-18 ИД-1 ПК-18 ИД-2 ПК-18 ИД-3 ПК-18 ПК-19 ПК-19.1 ПК-19.2 ПК-19.3 ПК-20 ПК-20.2 ПК-20.3				
УК-1 ИД-1 УК-1 ИД-2 УК-1 ИД-3 УК-1 УК-3 ИД-1 УК-3 ИД-2 УК-3 ИД-3 УК-3 УК-9ИД-1 УК-9 ИД-2 УК-9 УК-10 ИД-1 УК-10 ИД-2 УК-10 ИД-3 УК-10. ПК-2 ИД-1 ПК-2 ИД-2 ПК-2 ИД-3 ПК-2 ПК-3 ИД-1 ПК-3 ИД-2 ПК-3 ИД-3 ПК-3 ПК-4 ИД-1 ПК-4 ИД-2 ПК-4 ИД-3 ПК-5. ИД-1 ПК-5 ИД-2 ПК-5 ИД-3 ПК-5 ПК-6. ИД-1 ПК-6 ИД-2 ПК-6 ИД-3 ПК-6 ПК-7ИД-1 ПК-7 ИД-2 ПК-7 ИД-3 ПК-7 ПК-8. ИД-1 ПК-8 ИД-2 ПК-8 ИД-3 ПК-8 ПК-9 ИД-1 ПК-9 ИД-2 ПК-9 ИД-3 ПК-9 ПК-10 ИД-1 ПК-10 ИД-2 ПК-10 ИД-3 ПК-10 ПК-11ИД-1 ПК-11 ИД-2 ПК-11 ИД-3 ПК-11 ПК-12 ИД-1 ПК-12 ИД-2 ПК-12 ИД-3 ПК-12 ПК-13ИД-1 ПК-13 ИД-2 ПК-13 ИД-3 ПК-13 ПК-14 ИД-1 ПК-14 ИД-2 ПК-14 ИД-3 ПК-14 ПК-15 ИД-1 ПК-15 ИД-2 ПК-15 ИД-3 ПК-15 ПК-16 ИД-1 ПК-16 ИД-2 ПК-16 ИД-3 ПК-16 ПК-17 ИД-1 ПК-17 ИД-2 ПК-17 ИД-3 ПК-17 ПК-18 ИД-1 ПК-18 ИД-2 ПК-18 ИД-3 ПК-18 ПК-19 ПК-19.1 ПК-19.2 ПК-19.3 ПК-20 ПК-20.2 ПК-20.3 ППК-1 ИД-3 ППК-1 ИД-2 ППК-1 ИД-1 ППК-1	Подготовка отчёта по практике	10	Отчет	Зачет с оценкой

