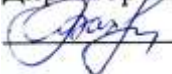


МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Вятский государственный университет»
(ВятГУ)

Колледж ВятГУ

УТВЕРЖДАЮ
Директор колледжа
 Вахрушева Л.В.
31.08.2023 г.
рег. №3-42.02.01.51_2023_0015

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

**ПМ. 01 Проведение исследований для создания и реализации
рекламного продукта**

для специальности

42.02.01. Реклама

Форма обучения
очная

2023 г.

Рабочая программа профессионального модуля «Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта» разработана на основе федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01. Реклама.

Разработчик: Федяева Анна Филипповна, доцент кафедры журналистики и интегрированных коммуникаций ВятГУ

Рассмотрено и рекомендовано ЦК гуманитарных дисциплин, протокол № 1 от 31.08.2023 г

председатель ЦК _____ / Гниенко А.А.
подпись ФИО

© Вятский государственный университет (ВятГУ), 2023
© Федяева А.Ф., 2023

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ

1. Общие положения

Формы и процедуры промежуточной аттестации по профессиональному модулю (в том числе по междисциплинарным курсам и всем видам практик) разрабатываются преподавателями и доводятся до сведения обучающихся в течение первых двух месяцев от начала обучения.

Промежуточный контроль по междисциплинарному курсу осуществляется в форме экзамена.

Виды заданий промежуточной аттестации: письменное задание открытого типа, устный ответ, практические задания.

Сведения о проверяемых результатах оценивания и формах промежуточной аттестации по профессиональному модулю

Элемент модуля	Проверяемые образовательные результаты	Формы промежуточной аттестации
<p>МДК.01.01. Прикладные исследования в рекламной деятельности</p>	<p>Знания</p> <ul style="list-style-type: none"> - содержание и сущность аналитической деятельности, ее роль в планировании, осуществлении и регулировании информационно-коммуникативным пространством и управлении общественным мнением; - основные принципы, способы и методы, процедуру осуществления анализа медиaprостранства и критерии определения результативности исследований; - основы методологии научного исследования, навыки определения релевантных целей и задач научного исследования; - методы конкретного анализа деятельности медиасистем; - методы количественного и качественного анализа контента СМИ, медиатекстов различных видов и жанров; - программные средства обработки и представления эмпирического материала научного исследования; - особенности подбора целевой аудитории и целевых групп; - основы анализа объема рынка и конкурентов. <p>Умения</p> <ul style="list-style-type: none"> - раскрывать основные стадии процесса аналитического обеспечения в разработке и реализации маркетинговых, социологических и медиаисследований; - применять способы, методы, приемы планирования и реализации собственного профессионального и личностного развития, предпринимательской деятельности в профессиональной сфере; - определять целевую аудиторию и целевые группы; - проводить анализ объема рынка и конкурентов; - использовать полученные знания при проведении 	<p>Экзамен</p>

	исследований в сфере медиаполитики, массовых коммуникаций; - применять методы количественного и качественного анализа контента СМИ, медиатекстов различных видов и жанров; - пользоваться программными средствами обработки и представления эмпирического материала научного исследования	
Учебная практика	Практический опыт - принимать участие в разработке и проведении маркетинговых исследований; - осуществлять подбор целевых аудиторий, - принимать участие в сегментации рынка для конкретного заказчика или товара; - применять методики маркетинговых исследований в практической деятельности	Зачет
Производственная практика	Практический опыт - принимать участие в разработке и проведении социологических и медиаисследований; - составлять опросники; - принимать участие в проведении опросов разных видов; - применять программное обеспечение и открытые интернет-ресурсы для обработки результатов социологического исследования; - принимать участие в исследовании медиапредпочтений целевых аудиторий; - сравнивать и оценивать рейтинги средств массовой коммуникации; - применять методики социологических и медиаисследований в практической деятельности	Зачет
ПМ (в целом)	ПК 1.1. Определять целевую аудиторию и целевые группы. ПК 1.2. Проводить анализ объема рынка. ПК 1.3. Проводить анализ конкурентов. ПК 1.4. Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.	Экзамен по модулю

2. Контроль и оценка образовательных результатов по МДК

Для контроля и оценки образовательных результатов по междисциплинарному курсу разрабатываются фонды оценочных средств, которые позволяют оценить все предусмотренные рабочей программой умения и знания.

2.1. Показатели оценки образовательных результатов

МДК.01.01. Прикладные исследования в рекламной деятельности

Образовательные результаты (знания)	Показатели оценки результата
- содержание и сущность аналитической деятельности, ее роль в планировании, осуществлении и регулировании информационно-коммуникативным	Ориентация в содержании и сущности аналитической деятельности, ее роли в планировании, осуществлении и регулировании информационно-коммуникативным

пространством и управлении общественным мнением;	пространством и управлении общественным мнением
- основные принципы, способы и методы, процедуру осуществления анализа медиапространства и критерии определения результативности исследований.	Понимание основных принципов, способов и методов процедуры осуществления анализа медиапространства и критерии определения результативности исследований.
- основы методологии научного исследования, навыки определения релевантных целей и задач научного исследования;	Знание основ методологии научного исследования, навыки определения релевантных целей и задач научного исследования
- методы конкретного анализа деятельности медиасистем;	Применении методов конкретного анализа деятельности медиасистем
- методы количественного и качественного анализа контента СМИ, медиатекстов различных видов и жанров;	Применении методов количественного и качественного анализа контента СМИ, медиатекстов различных видов и жанров
- программные средства обработки и представления эмпирического материала научного исследования;	Использовании программных средств обработки и представления эмпирического материала научного исследования
- особенности подбора целевой аудитории и целевых групп;	Ориентации подбора целевой аудитории и целевых групп;
- основы анализа объема рынка и конкурентов.	Понимании основ анализа объема рынка и конкурентов.

Образовательные результаты (умения)	Показатели оценки результата
– раскрыть основные стадии процесса аналитического обеспечения в разработке и реализации маркетинговых, социологических и медиаисследований;	Мониторинг стадии процесса аналитического обеспечения в разработке и реализации маркетинговых, социологических и медиаисследований;
- применять способы, методы, приемы планирования и реализации собственного профессионального и личностного развития, предпринимательской деятельности в профессиональной сфере;	Характеристика способов, методов, приемов планирования и реализации собственного профессионального и личностного развития, предпринимательской деятельности в профессиональной сфере
- определять целевую аудиторию и целевые группы;	Характеристика целевой аудитории и целевых группах
- проводить анализ объема рынка и конкурентов.	Процесс проведения анализа объема рынка и конкурентов
- использовать полученные знания при проведении исследований в сфере медиаполитики, массовых коммуникаций	Использовать полученные знания при проведении исследований в сфере медиаполитики, массовых коммуникаций
- применять методы количественного и качественного анализа контента СМИ, медиатекстов различных видов и жанров;	Обработка методов количественного и качественного анализа контента СМИ, медиатекстов различных видов и жанров
- пользоваться программными средствами обработки и представления эмпирического материала научного исследования	Характеристика программных средств обработки и представления эмпирического материала научного исследования

2.2. Перечень вопросов для контроля знаниевых образовательных результатов

Проверяемые образовательные результаты (знания)	Примерные вопросы для контроля в соответствии с уровнем освоения
<ul style="list-style-type: none"> - содержание и сущность аналитической деятельности, ее роль в планировании, осуществлении и регулировании информационно-коммуникативным пространством и управлении общественным мнением; - основные принципы, способы и методы, процедуру осуществления анализа медиапространства и критерии определения результативности исследований; - основы методологии научного исследования, навыки определения релевантных целей и задач научного исследования; - методы конкретного анализа деятельности медиасистем; - методы количественного и качественного анализа контента СМИ, медиатекстов различных видов и жанров; - программные средства обработки и представления эмпирического материала научного исследования; - особенности подбора целевой аудитории и целевых групп; - основы анализа объема рынка и конкурентов. 	<ul style="list-style-type: none"> - Сущность, содержание и инструментарий маркетинга; - Виды и объекты маркетинга; - Планирование в системе маркетинговых, социологических и медиаисследований; - Комплекс маркетинговых, социологических и медиаисследований; - Маркетинговые, социологические и медиаисследования рынка; - Сегментация рынка; - Конъюнктура рынка; - Ценовая политика и ценообразование; - Система товародвижения в маркетинге; - Стимулирование сбыта; - Реклама как составная часть маркетинговой деятельности; - Контроль и контроллинг в системе маркетинга; - Количественные методы и их характеристика. - Способы измерения количественных характеристик явлений. - Статистический анализ. - Теоретические истоки качественных методов. - Особенности методологии качественного исследования. - Методы качественного анализа: смысловая интерпретация данных. - Типы качественных исследований. - Различия стратегий в качественной и количественной методологии.

2.3. Перечень заданий для контроля умениевых образовательных результатов

Проверяемые образовательные результаты (умения)	Примерные практические задания для контроля в соответствии с уровнем освоения
<ul style="list-style-type: none"> - раскрывать основные стадии процесса аналитического обеспечения в разработке и реализации маркетинговых, социологических и медиаисследований; - применять способы, методы, приемы планирования и реализации собственного профессионального и личностного развития, предпринимательской деятельности в профессиональной сфере; - определять целевую аудиторию и целевые группы; - проводить анализ объема рынка и конкурентов; - использовать полученные знания при проведении исследований в сфере медиаполитики, массовых коммуникаций; 	<p>Сформулируйте 2-3 проблемы, которые могут возникнуть у фирмы, не занимающейся маркетинговыми исследованиями. Представьте информацию в виде таблицы со следующими данными:</p> <ul style="list-style-type: none"> - проблема; - ресурсы, необходимые для решения проблемы; - ожидаемый результат <p>Референтные группы, которые оказывают влияние на аудиторию при совершении покупки.</p> <p>Смоделируйте диалог между заказчиком маркетингового или социологического исследования (бизнес-компания) и исполнителем (маркетинговое или</p>

<p>- применять методы количественного и качественного анализа контента СМИ, медиатекстов различных видов и жанров;</p> <p>- пользоваться программными средствами обработки и представления эмпирического материала научного исследования</p>	<p>коммуникационное агентство)</p> <p>Найдите на любой открытой платформе 3 наиболее свежих ежеквартальных рейтинга региональных СМИ, проведите сравнительный анализ позиций СМИ-лидеров. Охарактеризуйте методику проведения исследования</p> <p>Вы производитель кондитерских изделий. Сформулируйте запрос на проведение маркетинговых исследований для позиционирования вашего продукта.</p>
--	--

3. Критерии оценки образовательных результатов

3.1. Шкала оценки развернутых письменных заданий открытого типа

Критерии	Качественная оценка образовательных результатов.	
	балл (отметка)	вербальный аналог
Содержание и полнота письменного ответа полностью соответствует заданию. Информация систематизирована и обработана в соответствии с заданием. Логическая связь между отдельными частями текста присутствует, текст грамотно разделен на абзацы. Используются термины и определения.	5	отлично
В содержании письменного ответа имеются отдельные незначительные неточности. Информация систематизирована в соответствии с заданием. Логическая связь между отдельными частями текста присутствует, текст разделен на абзацы. Используются термины и определения.	4	хорошо
В содержании письменного ответа имеются недостатки в передаче информации. Задание выполнено не полностью. Логическая связь отсутствует. Деление текста на абзацы непоследовательно. Имеются ошибки в использовании терминов и определений.	3	удовлетворительно
Содержание письменного ответа не соответствует заданию. Отсутствует логика изложения. Не использованы термины и определения	2	неудовлетворительно

3.2. Шкала оценки устных ответов

Критерии	Качественная оценка образовательных результатов.	
	балл (отметка)	вербальный аналог
Тема раскрыта в полном объеме, высказывания связные и логичные, использована научная лексика, приведены примеры, сделаны выводы. Ответы на вопросы даны в полном объеме или вопросы отсутствуют.	5	отлично
Тема раскрыта не в полном объеме, высказывания в	4	хорошо

основном связные и логичные, использована научная лексика, приведены примеры, сделаны выводы. Ответы на вопросы сигнализируют о наличии проблемы в понимании темы.		
Тема раскрыта недостаточно, высказывания несвязные и нелогичные. Научная лексика не использована, примеры не приведены, выводы отсутствуют. Ответы на вопросы в значительной степени зависят от помощи со стороны преподавателя.	3	удовлетворительно
Тема не раскрыта. Логика изложения, примеры, выводы и ответы на вопросы отсутствуют.	2	неудовлетворительно

3.3. Шкала оценивания тестов в соответствии с ключом к тесту

Процент результативности (количество правильных ответов в тесте %)	Качественная оценка образовательных результатов.	
	балл (отметка)	вербальный аналог
80 ÷ 100 %	5	отлично
70 ÷ 79 %	4	хорошо
60 ÷ 69%	3	удовлетворительно
менее 60%	2	неудовлетворительно

4. Оценка учебной и производственной практики описана в программе практики

5. Контроль и оценка результатов по ПМ

Целью проведения экзамена по модулю является оценка готовности обучающихся к выполнению определенного вида профессиональной деятельности посредством оценивания профессиональных компетенций.

Экзамен по модулю включает: выполнение серии практических заданий.

Итогом экзамена по модулю является однозначное решение: «вид профессиональной деятельности освоен с оценкой / не освоен».

5.1. Показатели оценки профессиональных компетенций

Оцениваемые компетенции	Показатели оценки результата
ПК 1.1. Определять целевую аудиторию и целевые группы.	Подбор целевой аудитории и целевых групп
ПК 1.2. Проводить анализ объема рынка.	Понимание основ анализа объема рынка и конкурентов
ПК 1.3. Проводить анализ конкурентов.	Характеристика анализа конкурентов
ПК 1.4. Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	Определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий

5.2. Перечень заданий для экзамена по модулю

Оцениваемые компетенции	Примерные практические задания
Задания, проверяющие отдельные компетенции	
ПК 1.1. Определять целевую аудиторию и	Проведите сравнительный анализ (в свободной форме) разных целевых аудиторий и целевых групп

целевые группы.	Опишите достоинства и недостатки каждой группы
ПК 1.2. Проводить анализ объема рынка.	Напишите аналитический отчет по вопросу «какие критерии оценки объема рынка» на основе собственного опыта, приобретенного во время прохождения учебной и производственной практики
ПК 1.3. Проводить анализ конкурентов.	Продемонстрируйте методы, приемы и способы исследования конкурентов
ПК 1.4. Осуществлять определение и оформление целей и задач рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	Сформулируйте цель и задачи рекламной кампании, основываясь на результатах проведенного маркетингового исследования. Сформулируйте цель и задачи рекламной кампании, основываясь на результатах проведенного маркетингового исследования.
Комплексные задания, ориентированные на проверку освоения вида профессиональной деятельности	
ВПД Проведение исследований для создания и реализации рекламного продукта	В формате устного выступления в сопровождении слайд-презентации представьте поэтапный план разработки проведения маркетингового, социологического или медиаисследования (на выбор) для конкретного заказчика, начиная с этапа появления запроса и завершая этапом презентации заказчику результатов проведенного исследования

5.3. Критерии оценки практических заданий

1. Шкала оценки модельных ответов

Критерии	Качественная оценка образовательных результатов.	
	балл (отметка)	вербальный аналог
Задание выполнено в соответствии с модельным ответом	5	отлично/освоен
В задании допущен один -два недочета и (или) одна ошибка	4	хорошо/освоен
В задании допущено несколько недочётов и две ошибки	3	удовлетворительно/освоен
В задании допущено несколько недочетов и более двух ошибок	2	неудовлетворительно/ не освоен

2. Шкала оценки в соответствии с эталоном

Критерии	Качественная оценка образовательных результатов	
	балл (отметка)	вербальный аналог
Задание выполнено в соответствии с эталоном	5	отлично/освоен
В задании допущен один-два недочета и (или) одна ошибка	4	хорошо/освоен
В задании допущено несколько недочётов и две ошибки	3	удовлетворительно/освоен
В задании допущено несколько недочетов и более двух ошибок	2	неудовлетворительно/ не освоен

6. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения

6.1. Промежуточная аттестация в форме экзамена

Цель процедуры:

Целью промежуточной аттестации по междисциплинарному курсу является оценка уровня усвоения обучающимися знаний и освоения умений в результате изучения МДК (части МДК– для многосеместровых МДК).

Субъекты, на которые направлена процедура:

Процедура оценивания должна охватывать всех без исключения обучающихся, осваивающих дисциплину. В случае, если обучающийся не прошел процедуру без уважительных причин, он считается имеющим академическую задолженность.

Период проведения процедуры:

Процедура оценивания проводится по окончании изучения МДК в период экзаменационной сессии (если экзаменационная сессия предусмотрена графиком учебного процесса). В противном случае директором колледжа составляется и утверждается индивидуальный график прохождения промежуточной аттестации для каждого обучающегося, не сдавшего экзамен.

Требования к помещениям материально-техническим средствам для проведения процедуры:

Требования к кабинету для проведения процедуры и необходимости специализированных материально-технических средств определяются преподавателем, ведущим дисциплину.

Требования к кадровому обеспечению проведения процедуры:

Процедуру проводит преподаватель, ведущий дисциплину.

Требования к фонду оценочных средств:

До начала проведения процедуры преподавателем разрабатывается фонд оценочных средств для оценки знаний и умений, который включает примерные вопросы открытого типа, задачи, из перечня которых формируются экзаменационные билеты. Экзаменационные билеты рассматриваются на соответствующих цикловых комиссиях и утверждаются заместителем директора колледжа по учебной работе. Количество вопросов в билете определяется преподавателем самостоятельно в зависимости от вида заданий, но не менее двух. Количество экзаменационных билетов, как правило, превышает количество обучающихся, проходящих процедуру промежуточной аттестации в форме экзамена.

Описание проведения процедуры:

Каждому обучающемуся при предъявлении зачетной книжки выдается экзаменационный билет. После получения экзаменационного билета и подготовки ответов обучающийся должен в меру имеющихся знаний и умений выполнить предложенные задания в установленное преподавателем время. Продолжительность проведения экзамена определяется из расчета 0,3 часа на каждого обучающегося.

Шкалы оценки результатов проведения процедуры:

Результаты проведения экзамена оцениваются преподавателем с применением четырехбалльной шкалы в соответствии с критериями оценки.

6.2. Промежуточная аттестация в форме экзамена по модулю

Цель процедуры:

Целью промежуточной аттестации по профессиональному модулю является оценка готовности обучающихся к выполнению определенного вида профессиональной деятельности посредством оценивания профессиональных компетенций.

Субъекты, на которые направлена процедура:

Процедура оценивания должна охватывать всех без исключения обучающихся, осваивающих ПМ. В случае, если обучающийся не прошел процедуру без уважительных причин, он считается имеющим академическую задолженность.

Период проведения процедуры:

Процедура оценивания проводится по окончании изучения МДК и прохождения обучающимися учебной и производственной практики. В противном случае директором

колледжа составляется и утверждается индивидуальный график прохождения промежуточной аттестации для каждого обучающегося, не сдавшего экзамен по модулю.

Требования к помещениям материально-техническим средствам для проведения процедуры:

Требования к кабинету для проведения процедуры и необходимости специализированных материально-технических средств определяются цикловой комиссией, за которой закреплен ПМ.

Требования к кадровому обеспечению проведения процедуры:

Процедуру проводит комиссия, которая, как правило, состоит не менее чем из трех человек. В аттестационную комиссию могут входить преподаватели профессионального цикла, представители от предприятий, организаций, председатель цикловой комиссии, заведующий отделением.

Требования к фонду оценочных средств:

До начала проведения процедуры преподавателями разрабатывается фонд оценочных средств для оценки профессиональных компетенций, который включает практические задания, ориентированные на проверку освоения вида деятельности в целом; задания, проверяющие освоение группы компетенций, соответствующих определенному разделу модуля; задания, проверяющие отдельные компетенции, формируемые внутри профессионального модуля.

Экзаменационные билеты рассматриваются на соответствующих цикловых комиссиях и утверждаются заместителем директора колледжа по учебной работе. Количество экзаменационных билетов, как правило, превышает количество обучающихся, проходящих процедуру промежуточной аттестации в форме экзамена (квалификационного).

Описание проведения процедуры:

Каждому обучающемуся при предъявлении зачетной книжки выдается экзаменационный билет. После получения экзаменационного билета и подготовки ответов обучающийся должен в меру имеющихся знаний, умений и практического опыта выполнить предложенные задания в установленное преподавателем время.

Шкалы оценки результатов проведения процедуры:

Результаты проведения экзамена оцениваются комиссией с применением четырехбалльной шкалы в соответствии с критериями оценки.