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_0018

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ. 02 Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий

для специальности

42.02.01. Реклама

Форма обучения
очная

2023 г.

Рабочая программа профессионального модуля «Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий» разработана на основе федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01. Реклама.

Разработчики: Булдакова Юлия Вячеславовна, доцент кафедры журналистики и интегрированных коммуникаций; Игошина Юлия Викторовна, декан факультета филологии и медиакоммуникаций 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
© Булдакова Ю.В., Игошина Ю.В., 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
МДК.02.01. Планирование и реализация рекламных и коммуникационных кампаний и мероприятий	**Знания:** – соотношение понятий информационный повод, событие, мероприятие, рекламная кампания, коммуникационная кампания; – специфика рекламных, PR-, коммуникационных кампаний, акций и мероприятий; – характеристики и классификации специальных событий, – этапы и направления организации специального мероприятия; – этапы планирования и организации рекламной, коммуникационной кампании; – методы, инструменты, каналы коммуникаций с аудиториями; – количественные параметры оценки эффективности специального события, рекламной или коммуникационной кампании; – качественные параметры оценки эффективности специального события, рекламной или коммуникационной кампании. **Умения:** – определять технологии и инструменты организации специальных мероприятий, рекламных и коммуникационных кампаний на основе мониторинга реализованных мероприятий и кампаний; – определять вид и формат специальных мероприятий; – принимать участие в процессе организации, проведения и/или информационного сопровождения специального мероприятия; – принимать участие в планировании и разработке рекламной или коммуникационной кампании на каждом этапе;	Экзамен

	– оценивать эффективность специального мероприятия, рекламной или коммуникационной кампании по количественным и качественным параметрам; – предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах.	
Производственная практика	**Практический опыт** – принимать участие в разработке и проведении специальных мероприятий на всех этапах; – принимать участие в разработке и проведении рекламных или коммуникационных кампаний; – оценивать эффективность реализованных специальных мероприятий, рекламных или коммуникационных кампаний по количественным и качественным критериям	Зачет
Курсовой проект	**Умения:** – принимать участие в процессе организации, проведения и/или информационного сопровождения специального мероприятия; – принимать участие в планировании и разработке рекламной или коммуникационной кампании на каждом этапе; – оценивать эффективность специального мероприятия, рекламной или коммуникационной кампании по количественным и качественным параметрам; – предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах.	Защита курсового проекта
ПМ (в целом)	ПК 2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий. ПК 2.2. Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах.	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.02.01. Планирование и реализация рекламных и коммуникационных кампаний и мероприятий

Образовательные результаты (знания)	Показатели оценки результата
соотношение понятий информационный повод, событие,	Дает определения понятий, точно использует их в учебной и профессиональной деятельности.

мероприятие, рекламная кампания, коммуникационная кампания	
специфика рекламных, PR-, коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	Определяет сущность явления, представленного в примере, задаче, учебной ситуации; указывает специфичные черты и их реализации на практике.
характеристики и классификации специальных событий	Дает устную и письменную характеристику явлений, учитывает типологические различия явлений в собственных творческих и проблемных работах
этапы и направления организации специального мероприятия	Выделяет этапы и направления организации специального мероприятия в ходе мониторинга реализованных мероприятий и в собственной профессиональной деятельности
этапы планирования и организации рекламной, коммуникационной кампании	Выделяет этапы и направления организации рекламной, коммуникационной кампании в ходе мониторинга реализуемых рекламных, коммуникационных кампаний и в собственной профессиональной деятельности
методы, инструменты, каналы коммуникаций с аудиториями	Называет и характеризует методы, инструменты, каналы коммуникаций с аудиториями. Выявляет наиболее эффективные методы, инструменты, каналы коммуникаций на основе собранной информации об аудитории
количественные параметры оценки эффективности специального события, рекламной или коммуникационной кампании	Называет и характеризует количественные параметры оценки эффективности специального события; количественные методы оценки эффективности рекламной или коммуникационной кампании. Применяет количественные параметры оценки эффективности в практической деятельности
качественные параметры оценки эффективности специального события, рекламной или коммуникационной кампании;	Называет и характеризует качественные параметры оценки эффективности специального события; количественные методы оценки эффективности рекламной или коммуникационной кампании. Применяет качественные параметры оценки эффективности в практической деятельности

Образовательные результаты (умения)	**Показатели оценки результата**
проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	Планирует рекламные и коммуникационные кампаний, акции и мероприятия с точки зрения стратегических и тактических действий
предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах	Проводит презентации, выполняет творческие и аналитические задания, отражающие результаты собственного стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий
выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	Решает учебные и профессиональные задачи с учетом различных контекстов
использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации	Пользуется различными средствами поиска информации, критически оценивает ее в зависимости от поставленной

информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	учебной или профессиональной задачи. Задействует результаты поиска в процессе анализа, описания, создания рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий. Использует информационные технологии для выполнения задач планирования и организации рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий
планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере	Известными способами повышает свой профессиональный уровень, воспитывает организаторские качества, развивает творческий и интеллектуальный потенциал в процессе изучения учебного материала и выполнения профессиональных задач
использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	Планирует и организует рекламные и коммуникационные кампании, акции и мероприятия с учетом правовых норм и принципов финансовой грамотности
эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.	Выполняет учебные и профессиональные задачи в команде, организует и направляет деятельность команды, исполнителен, уважителен по отношению к членам коллектива

2.2. Перечень вопросов для контроля знаниевых образовательных результатов

Проверяемые образовательные результаты (знания)	**Примерные вопросы для контроля в соответствии с уровнем освоения**
соотношение понятий информационный повод, событие, мероприятие, рекламная кампания, коммуникационная кампания	Понятие специального события, специального мероприятия. Есть ли различия между событиями и мероприятиями, в чем они состоят? Отрасль event-маркетинга: основные характеристики и организационные формы. Примеры успешных кейсов реализации специальных событий и мероприятий мирового, национального, регионального уровня. Обзор регионального рынка event-индустрии Кировской области.
специфика рекламных, PR-, коммуникационных кампаний, акций и мероприятий	Кампания как процесс, длящийся во времени и как комплекс действий: основные специфические черты. Понятие и характеристики рекламной кампании. Понятие и характеристики PR-кампании. Понятие и характеристики коммуникационной кампании. Сходства и различия видов кампаний: рекламная, PR-, коммуникационная. Понятие рекламной и коммуникационной программы. Стратегическое и тактическое планирование в рекламной деятельности. Примеры реализованных рекламных и коммуникационных кампаний мирового, национального, регионального уровня. Основные этапы разработки рекламных и коммуникационных кампаний и программ.
характеристики и классификации специальных событий	Основания для классификации специальных мероприятий. Классификации специальных мероприятий по

	содержанию, по аудитории. Характеристики и особенности организации мероприятий разных форматов: деловые, обучающие, торжественные, развлекательные мероприятия, промо-события и т.д. Характеристики и особенности организации мероприятий для разной аудитории: СМИ, сотрудников, руководителей, широкой аудитории. Форматы мероприятий: конференции, форумы, презентации, концерты, церемонии, пресс-конференции и т.д. Особенности организации дистанционных мероприятий.
этапы и направления организации специального мероприятия	Характеристика этапов организации и проведения специальных мероприятий. Разработка и согласование технического задания. Определение формата и тематики мероприятия, выбор и оформление локации и времени. Разработка сценария и режиссуры мероприятия Работа с подрядчиками: ивент-агентство, сценаристы, актеры, технические специалисты, арендодатели, организаторы деловой или образовательной программы, организаторы кейтеринга и т.д. Технологии проведения мероприятий, чек-лист для организаторов мероприятий. Характеристики и наполнение организационного направления работы. Техническое обеспечение мероприятий: компьютерное оборудование, оргтехника, свет, звук, экран или монитор, обеспечение трансляции, вебинара и т.д. Общая характеристика информационного направления в разработке мероприятий.
этапы планирования и организации рекламной, коммуникационной кампании	Основные задачи аналитического этапа рекламной и коммуникационной кампании. Работа с первичными и вторичными документами. Методы и виды прикладных исследований в рекламе. Разработка и проведение прикладных исследований: социологические исследования, SWOT-анализ, обработка и использование результатов Параметры конкурентного анализа Анализ реализованных кейсов как метод прикладных исследований. Обработка результатов исследований, презентация заказчику или руководителю. Принятие решения о запуске рекламной кампании как итог аналитического этапа.
методы, инструменты, каналы коммуникаций с аудиториями	Медиарилейшнз - работа со средствами массовой коммуникации Информационное сопровождение как направление работы по организации мероприятия. Специальное мероприятие как информационный повод Методы анонсирования мероприятия: рассылка пресс-релизов, приглашение, разработка и распространение информационных материалов. Понятие аккредитации журналистов и условия ее

	проведения. Обеспечение доступа СМИ к ключевым участникам мероприятия: проведение информационных мероприятий (пресс-конференций, медиа-подходов, организация интервью и т.д.). Мониторинг публикаций и сюжетов о мероприятии. Позиция «сам себе медиа». Самостоятельное информационное сопровождение специальных мероприятий. Создание медиаконтента (видео, тексты, аудио, фото, дизайн-продукты). Продвижение мероприятий в социальных сетях, в интернете, офлайн-методами.
количественные параметры оценки эффективности специального события, рекламной или коммуникационной кампании	Задачи оценки эффективности мероприятий, кампаний. Методы оценки эффективности мероприятий, кампаний (коммуникативной, экономической). Количественные показатели эффективности мероприятия: число участников, спикеров, приглашенных референтных лиц. Медийный эффект мероприятия, кампании: количество инициированных публикаций и сюжетов (платных, бесплатных), количество незапланированных публикаций и сюжетов, оценка их каналов и инициаторов (соцсети, средства массовой коммуникации; спикеры и участники мероприятия и т.д.). Количество реакций аудитории (лайки репосты, комментарии), в т.ч. в сравнении с другими организованными мероприятиями. Мониторинг и контент-анализ публикаций о мероприятии, кампании.
качественные параметры оценки эффективности специального события, рекламной или коммуникационной кампании	Оценка качества технического обеспечения мероприятия, бесперебойности работы оборудования и технических специалистов. Оценка достижения плана доходности мероприятия в случае его коммерческой составляющей, в т.ч. соотношение затрат и полученной прибыли. Качественные показатели эффективности мероприятия. Оценка имиджевого или социального эффекта мероприятия – в зависимости от поставленных задач. Качественные показатели: узнаваемость, заинтересованность, вовлеченность аудитории. Оценка достижимости ожидаемых результатов кампании, зафиксированных в цели кампании.

2.3. Перечень заданий для контроля умениевых образовательных результатов

Проверяемые образовательные результаты (умения)	**Примерные практические задания для контроля в соответствии с уровнем освоения**
определять технологии и инструменты организации специальных мероприятий, рекламных и коммуникационных кампаний на основе мониторинга реализованных мероприятий и кампаний	Найдите в открытом доступе информацию по одному из кейсов реализации специальных событий и мероприятий мирового, национального, регионального уровня; подготовьте устное сообщение с элементами визуализации о выбранном кейсе Найдите в открытом доступе информацию по одному из

	кейсов реализации рекламных или коммуникационных мирового, национального, регионального уровня; подготовьте устное сообщение с элементами визуализации о выбранном кейсе
определять вид и формат специальных мероприятий	В предложенных преподавателях примерах реализованных специальных мероприятий (студентам предоставляются ссылки на информацию, размещенную на интернет-ресурсах) определение вид и формат мероприятия по критериям содержания, аудитории, коммуникационных задач. Аргументируйте свой ответ Посетите специальное мероприятие, определите его вид и формат, предоставьте отчет с подтверждением формата в виде эссе, новости, репортажа, фото- или видеосюжета
принимать участие в процессе организации, проведения и/или информационного сопровождения специального мероприятия	Определите и зафиксируйте свои задачи в командном процессе организации, проведения и/или информационного сопровождения специального мероприятия, представьте результаты решения поставленных задач
принимать участие в планировании и разработке рекламной или коммуникационной кампании на каждом этапе	Проведите SWOT-анализ организации-инициатора мероприятия или кампании. Проведите конкурентный анализ в выбранной нише (региональный уровень). Разработайте опросник для выявления потребностей и проблем целевых аудиторий на этапе планирования мероприятия или кампании
оценивать эффективность специального мероприятия, рекламной или коммуникационной кампании по количественным и качественным параметрам	Примените к разработанному мероприятию критерии и параметры оценки количественных показателей эффективности: выберите три наиболее важные для конкретного мероприятия показателя, внесите информацию о достигнутых результатах
предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах	Подготовьте презентацию с текстовым и визуализированным содержательным отчетом о проведенном мероприятии, разработанной рекламной или коммуникационной кампании (и реализованной - при возможности реализации), презентуйте результаты в формате питча

3.Критерии оценки образовательных результатов

1.1. 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. Использованы термины и определения.	5	отлично
В содержании письменного ответа имеются отдельные незначительные неточности. Информация	4	хорошо

систематизирована в соответствии с заданием. Логическая связь между отдельными частями текста присутствует, текст разделен на абзацы. Использованы термины и определения.		
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

1.2. 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 основном связные и логичные, использована научная лексика, приведены примеры, сделаны выводы. Ответы на вопросы сигнализируют о наличии проблемы в понимании темы.	4	хорошо
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

1.3. 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 производственной практики описана в программе практики

5. Оценка курсового проекта описана в программе подготовки курсового проекта

6. 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».

6.1. Показатели оценки профессиональных компетенций

Оцениваемые компетенции	Показатели оценки результата
ПК 2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.	Принимает осознанное и мотивированное участие в работе на разных этапах стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий, представляет разработанный план мероприятия или кампании.
ПК 2.2. Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах.	Представляет результаты решения практических задач по стратегическому и тактическому планированию рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в одном или нескольких форматах: разработанный план мероприятия или кампании с отметкой о выполнении задач и личном участии в их выполнении; содержательный отчёт; свод достигнутых количественных и качественных результатов; медиаконтент, фиксирующий процесс подготовки и реализации мероприятия, кампании.

6.2. Перечень заданий для экзамена по модулю

Оцениваемые компетенции	Примерные практические задания
Задания, проверяющие отдельные компетенции	
ПК 2.1. Проводить стратегическое и тактическое планирование рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий.	Проанализируйте эффективность примеров специальных событий, рекламных, коммуникационных кампаний, найденных самостоятельно на интернет-ресурсах. Предположите профессиональные действия на каждом возможном этапе подготовки и проведения в найденных примерах. Установите, как результат зависит от качества подготовительных этапов и этапа реализации.
ПК 2.2. Предъявлять результаты стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий в установленных форматах.	На основе собственного опыта, приобретенного во время прохождения производственно практики, напишите аналитический отчет, содержащий ответы на вопросы: - Какие критерии и параметры оценки качества специального мероприятия, рекламной или коммуникационной кампании может применить заказчик или руководитель? Аудитория? Средства массовой коммуникации? - С каким организационными, техническими, коммуникационными сложностями сталкивается специалист в процессе планирования,

	организации и проведения рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий?
Комплексные задания, ориентированные на проверку освоения вида профессиональной деятельности	
ВПД «Разработка и осуществление стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий»	На основе сформулированных принципов разработки и осуществления стратегического и тактического планирования рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий разработайте техническое задание для организаторов специального события или рекламной, коммуникационной кампании (по выбору обучающегося) На основе собственного практического опыта сформулируйте рекомендации (чек-лист) для разработчиков и организаторов рекламных и коммуникационных кампаний, акций и мероприятий

1.3. Критерии оценки практических заданий

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 белее двух ошибок	2	неудовлетворительно/ не освоен

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 белее двух ошибок	2	неудовлетворительно/ не освоен

7. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения

7.1. 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 проходил 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 лаборатории 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.

7.2. 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 проходил 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 лаборатории 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 профессиональный 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 по модулю.

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.