

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\_0025

**Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации  
обучающихся по производственной практике (преддипломной)**

для специальности

42.02.01. Реклама

форма обучения

очная

2023 г.

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по производственной практике (преддипломной) разработан на основе федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01. Реклама № 552 от 21 июля 2023 г.

Разработчик: 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

# ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ)

## 1. Общие положения

Промежуточная аттестация по всем видам практик проводится в форме зачета.

Зачет по итогам практики проводится на основании результатов ее прохождения, подтверждаемых документами:

1. Наличие положительного отзыва руководителя практики от профильной организации.
2. Полнота и своевременность представления отчета по практике в соответствии с индивидуальным заданием на практику.

## 2. Контроль и оценка образовательных результатов

Предметом оценки производственной практики (преддипломной) является приобретенный практический опыт.

### 2.1. Показатели оценки образовательных результатов

Образовательные результаты (практический опыт)	Показатели оценки результата
- принимать участие в разработке и проведении маркетинговых, социологических и медиаисследований;	Участие в разработке и проведении маркетинговых, социологических и медиаисследований на разных этапах
- выявлять и характеризовать целевые аудитории по заданному объекту	Выявлять целевых аудиторий по заданному объекту на основании собранной информации, характеристика аудиторий
- определять нишу заданного объекта, определять основных конкурентов, проводить конкурентный анализ	Определение ниши заданного объекта, его основных конкурентов. Участие в проведении конкурентного анализа
- применять методики маркетинговых, социологических и медиаисследований в практической деятельности;	Применение методики маркетинговых, социологических и медиаисследований в практической деятельности, самостоятельный или под контролем выбор методов исследования
- применять программное обеспечение и открытые интернет-ресурсы для обработки результатов социологического и медиаисследования	Практическое применение программного обеспечения и открытых интернет-ресурсов и сервисов для обработки результатов социологического исследования
- заполнять техническое задание по организации мероприятия, акции, рекламной или коммуникационной кампании	Работа с профессиональной документацией, заполнение технического задания по организации мероприятия, акции, рекламной или коммуникационной кампании
- принимать участие в разработке и реализации креативного, организационного или информационного направления ивента	Участие в разработке и реализации креативного, организационного или информационного направления ивента
- определять набор действий, необходимый на каждом этапе подготовки и реализации рекламной или коммуникационной кампании	Ориентация в алгоритме действий, необходимых на каждом этапе подготовки и реализации рекламной или коммуникационной кампании, соотнесение действий с этапами
- принимать участие в разработке и/или проведении прикладных коммуникационных исследований; планировании и разработке целей, задач,	Участие в планировании, разработке и/или проведении рекламной или коммуникационной кампании на каждом этапе

аудитории, оценке ресурсов, формировании команды; в реализации коммуникационных действий с целевыми аудиториями; в оценке эффективности рекламной или коммуникационной кампании	
- анализировать рекламную деятельность конкурентов в интернете, отстраиваться от них;	Выявление конкурентов, проведение сравнительного анализа их рекламной деятельности в интернете и медиаактивности, определение сильных и слабых сторон конкурентов и точек отстройки от них
- создавать лендинг в конструкторах;	Создание работающего рекламного продукта – лендинга, его структурирование и наполнение информацией
- настраивать рекламный кабинет в социальной сети ВКонтакте;	Открытие рекламного кабинета в социальной сети ВКонтакте (в случае отсутствия), настройка рекламной кампании в зависимости от задач и целевых аудиторий, запуск рекламной кампании, отслеживание результатов
- создавать тематическое планирование (контент-план); наполнять контент-план разработанными рекламными, рекламно-информационными продуктами	Формирование контент-плана на период не менее периода производственной практики, при необходимости корректировки контент-плана. Разработка рекламных, рекламно-информационных продуктов, размещение их в социальных сетях в соответствии с контент-планом
- разрабатывать и презентовать заказчику или руководителю авторские рекламные идеи по заданному объекту с использованием навыков создания рекламных продуктов разных форматов (видео-, фото-, аудио-, тексты, продуктов рекламного и медиадизайна)	Презентация заказчику или руководителю авторские рекламные идеи по заданному объекту с использованием навыков создания рекламных продуктов разных форматов (видео-, фото-, аудио-, тексты, продуктов рекламного и медиадизайна) – по согласованию
- применять знания и навыки создания фото- и видео- рекламных для разработки продуктов в области рекламного и медиадизайна (инфографика, анимация, обработка и использование фото, обработка видео и т.д.)	Использование в продуктах рекламного и медиадизайна элементов видео- и фото- рекламных продуктов: инфографика, анимация, обработка и использование фото, обработка видео и т.д.
- осуществлять предпечатную подготовку продуктов рекламного и медиадизайна в соответствии с техническими требованиями типографий	Выполнение алгоритма действий по предпечатной подготовке продуктов рекламного и медиадизайна в соответствии с техническими требованиями типографий
- размещать подготовленные рекламные продукты на интернет-площадках	Размещение подготовленных рекламных продукты на интернет-ресурсах в форматах видео-, фото-, аудио-, текстов, продуктов рекламного и медиадизайна
- предъявлять результаты маркетинговых, социологических и медиаисследований, планирования и реализации мероприятия, акции, рекламной или коммуникационной кампании, разработки рекламных продуктов, реализации рекламных кампаний в интернете и социальных сетях	Предъявление результатов выполненных работ в формате, наиболее подходящем для продукта: устное сообщение, слайд-презентация, видеовизитка, статистика, результаты мониторинга, ссылки на продукты и т.п.

## 2.2. Перечень заданий для оценки производственной практики

Практический опыт	Примерные задания
Комплексные задания	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- принимать участие в разработке и проведении маркетинговых, социологических и медиаисследований;</li> </ul>	<p>Проведите SWOT-анализ заданного объекта и структурируйте его результаты, подготовив для визуальной или устной презентации</p> <p>По заданному объекту выявите и охарактеризуйте категории его целевых групп: ядро целевой аудитории и периферийные целевые группы; реальная и потенциальная целевые группы. Для характеристики каждой группы используйте не менее 3-х параметров</p> <p>Сформируйте карту или сводную таблицу конкурентов заданного объекта, ранжируйте или систематизируйте конкурентов, выявите не менее 3-х параметров для сравнительного анализа</p> <p>Разработайте опросник по заданным параметрам (организация или продукт; характеристики целевых аудиторий; цель и задачи проведения опроса; площадка проведения опроса; методика обработки и представления результатов опроса)</p> <p>Предложите формат и тематику мероприятия по заданному объекту, локацию, спикеров; определите основные и дополнительные целевые аудитории.</p> <p>Предложите методы оценки медийного эффекта специального мероприятия, рекламной или коммуникационной кампании по заданному объекту</p> <p>Разработайте структуру лендинга по заданному объекту в соответствии с разработанным визуальным образом</p> <p>Разработайте контент-план продвижения объекта длительностью на 1 месяц. Спрогнозируйте, по каким причинам возможны корректировки контент-плана?</p> <p>Выстройте фото- или видеоклип по заданному объекту рекламы.</p> <p>Осуществите фото- или видеосъемку согласно полученному техническому заданию</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- выявлять и характеризовать целевые аудитории по заданному объекту</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- определять нишу заданного объекта, определять основных конкурентов, проводить конкурентный анализ</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- применять методики маркетинговых, социологических и медиаисследований в практической деятельности;</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- применять программное обеспечение и открытые интернет-ресурсы для обработки результатов социологического и медиаисследования</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- заполнять техническое задание по организации мероприятия, акции, рекламной или коммуникационной кампании</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- принимать участие в разработке и реализации креативного, организационного или информационного направления ивента</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- определять набор действий, необходимый на каждом этапе подготовки и реализации рекламной или коммуникационной кампании</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- принимать участие в разработке и/или проведении прикладных коммуникационных исследований; планировании и разработке целей, задач, аудитории, оценке ресурсов, формировании команды; в реализации коммуникационных действий с целевыми аудиториями; в оценке эффективности рекламной или коммуникационной кампании</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- анализировать рекламную деятельность конкурентов в интернете, отстраиваться от них;</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- создавать лендинг в конструкторах;</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- настраивать рекламный кабинет в социальной сети ВКонтакте;</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- создавать тематическое планирование (контент-план); наполнять контент-план разработанными рекламными, рекламно-информационными продуктами</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- разрабатывать и презентовать заказчику или руководителю авторские рекламные идеи по заданному объекту с использованием навыков создания рекламных продуктов разных форматов (видео-, фото-, аудио-, тексты, продуктов рекламного и медиадизайна)</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- применять знания и навыки создания фото- и видео- рекламных для разработки продуктов в области рекламного и медиадизайна</li> </ul>	

(инфографика, анимация, обработка и использование фото, обработка видео и т.д.)	Разработайте продукт рекламного и медиадизайна согласно техническому заданию по объекту, предложенному руководителем практики от профильной организации
- осуществлять предпечатную подготовку продуктов рекламного и медиадизайна в соответствии с техническими требованиями типографий	
- размещать подготовленные рекламные продукты на интернет-площадках	
- предъявлять результаты маркетинговых, социологических и медиаисследований, планирования и реализации мероприятия, акции, рекламной или коммуникационной кампании, разработки рекламных продуктов, реализации рекламных кампаний в интернете и социальных сетях	

### 2.3. Критерии оценки заданий по производственной практике

Критерии	Качественная оценка образовательных результатов
Задание на практику выполнено верно, в полном объеме, с соблюдением необходимой последовательности; проведен правильный анализ и сделаны аргументированные выводы; проявлен творческий подход и демонстрация реальных способов решения конкретных задач	Зачтено
Задание на практику выполнено не верно или не в полном объеме, с нарушением необходимой последовательности; объем выполненной части не позволяет сделать полных выводов	Не зачтено

### 2.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения

#### Цель процедуры:

Целью промежуточной аттестации по производственной практике (преддипломной) является оценка сформированности у обучающегося практического опыта, общих и профессиональных компетенций, комплексного освоения видов профессиональной деятельности, в ходе прохождения производственной практики (преддипломной) на основании результатов ее прохождения, подтверждаемых документами соответствующих организаций.

#### Субъекты, на которые направлена процедура:

Процедура оценивания должна охватывать всех без исключения обучающихся, проходивших практику. В случае, если обучающийся не проходил процедуру без уважительных причин, то он считается имеющим академическую задолженность.

#### Период проведения процедуры:

Процедура оценивания проводится по окончании прохождения практики, как правило, в последний учебный день практики. В противном случае, директором колледжа составляется и утверждается индивидуальный график прохождения промежуточной аттестации для каждого обучающегося.

#### Требования к помещениям материально-техническим средствам для проведения процедуры:

Требования к кабинету для проведения процедуры и необходимости специализированных материально-технических средств определяются руководителем практики от университета.

#### Требования к кадровому обеспечению проведения процедуры:

Процедуру проводит руководитель практики от университета.

### **Требования к фонду оценочных средств:**

Проведение процедуры не предусматривает применения специально разработанных оценочных средств в виде перечня вопросов, заданий и т.п. Результаты процедуры определяются руководителем практики на основании результатов ее прохождения, подтверждаемых документами соответствующих организаций: положительного отзыва руководителя практики от профильной организации, полноты и своевременности представления отчета по практике в соответствии с заданием на практику.

### **Описание проведения процедуры:**

Каждый обучающийся в течение практики обязан выполнить установленный рабочей программой практики объем работ, составить отчет по практике в соответствии с заданием на практику, заполнить сведения о работе, предоставить положительный отзыв. Успешность, своевременность выполнения указанных работ являются условием прохождения процедуры.

### **Шкалы оценки результатов проведения процедуры:**

Результаты проведения зачета оцениваются с применением двухбалльной шкалы с оценками «зачтено» или «не зачтено» в соответствии с критериями.