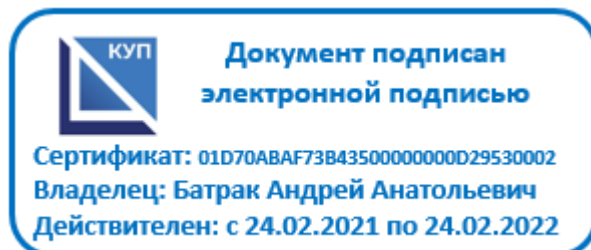




Частное профессиональное образовательное учреждение
«КОЛЛЕДЖ УПРАВЛЕНИЯ И ПРОИЗВОДСТВА»

УТВЕРЖДАЮ
Директор ЧПОУ «КУП»



А.А.Батрак
« 01 » апреля 2021 г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ПДП 00 ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ
(ПРЕДДИПЛОМНОЙ) ПРАКТИКИ

Специальность СПО: 42.02.01 Реклама

Форма обучения: очная

Срок освоения: 3 года 10 месяцев

Москва
2021

Фонд оценочных средств ПДП 00
производственной преддипломной
практики разработан на основе
Федерального государственного
образовательного стандарта (далее
– ФГОС) по специальности
среднего профессионального
образования (далее – СПО)
42.02.01 Реклама

Организация разработчик: Частное профессиональное образовательное
учреждение «Колледж управления и производства»

Заместитель директора по МР



С.Х. Морозова

30.03.2021

Оглавление

| | |
|--|---|
| Пояснительная записка | 4 |
| Паспорт фонда оценочных средств | 4 |
| Перечень компетенций, приобретаемых в результате освоения | 4 |
| Этапы, показатели критерии оценивания формирования компетенций в результате прохождения практики | 6 |
| Оценочные материалы производственной практики (преддипломной), реализующей практическую подготовку обучающихся | 7 |

Пояснительная записка

Оценочные средства, сопровождающие реализацию ППССЗ по специальности 42.02.01 Реклама, разработаны для проверки качества формирования компетенций, предусмотренных ФГОС СПО, и являются эффективным действенным средством не только оценки, но и фактического обучения.

Целью создания фонда оценочных средств (ФОС) производственной (преддипломной) практики, реализующей практическую подготовку, является создание инструмента, позволяющего установить соответствие уровня подготовки студента на данном этапе обучения требованиям ФГОС СПО, соответствующих специальности 42.02.01 Реклама.

Задачи фонда оценочных средств:

- контроль процесса освоения студентами уровня сформированности компетенций, определенных в ФГОС СПО по специальности;
- контроль и управление достижением выпускниками целей реализации ПССЗ определенных в виде набора соответствующих компетенций;
- оценка достижений студентов в процессе изучения дисциплины с выделением положительных (отрицательных) результатов и планирование предупреждающих, корректирующих мероприятий.

Паспорт фонда оценочных средств

ППССЗ специальности 42.02.01 Реклама

| № п/п | Контролируемые разделы (темы), дисциплины | Коды компетенций | Представление в фонде (кол-во) |
|-------|--|---|---|
| 1 | 2 | 3 | б |
| 1 | <i>Производственная (преддипломная) практика</i> | ПК 1.1- ПК 1.5. П 2.1.- ПК 2.3. ПК 3.1- ПК 3.2. ПК 4.1- ПК 4.3. ПК 5.1.- ПК 5.13 ОК 1- ОК 11 | <i>Перечень компетенций (9) Задания (4)</i> |

Перечень компетенций, приобретаемых в результате освоения

ППССЗ специальности 42.02.01 Реклама

В результате прохождения производственной (преддипломной) практики, в форме практической подготовки, должны быть сформированы следующие компетенции:

профессиональные компетенции:

| Код | Наименование результата обучения |
|------------|--|
| ПК 1.1. | Осуществлять поиск рекламных идей |
| ПК 1.2. | Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы |
| ПК 1.3. | Разрабатывать авторские рекламные проекты |
| ПК 1.4. | Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений |
| ПК 1.5. | Создавать визуальные образы с рекламными функциями |
| ПК 2.1. | Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы. |
| ПК 2.2. | Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии. |
| ПК 2.3. | Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале. |
| ПК 3.1. | Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка. |
| ПК 3.2. | Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта. |
| ПК 4.1. | Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей. |
| ПК 4.2. | Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее. |
| ПК 4.3. | Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт. |
| ПК 5.1. | Осуществлять деятельность по поиску и привлечению клиентов. |
| ПК 5.2. | Осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг |
| ПК 5.3. | Оформлять договорную и финансовую документацию при работе с заказчиком. |
| ПК 5.4. | Опирается в работе на правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию услуг. |
| ПК 5.5. | Вести переговоры с заказчиками. |
| ПК 5.6. | Использовать офисную оргтехнику, информационные и коммуникационные технологии при получении и оформлении заказа. |
| ПК 5.7. | Контактировать с производителями рекламы по вопросам производства рекламного продукта. |
| ПК 5.8. | Составлять и оформлять простые тексты рекламных объявлений. |
| ПК 5.9. | Работать в рекламных акциях в качестве исполнителя. |
| ПК 5.10. | Использовать современные информационные и коммуникационные средства продвижения рекламы. |
| ПК 5.11. | Использовать компьютерные технологии для обработки текстовой информации. |
| ПК 5.12. | Контактировать со средствами массовой информации по вопросам размещения рекламы. |
| ПК 5.13. | Владеть простыми приемами создания и обработки изображений |

Этапы, показатели критерии оценивания формирования компетенций в результате прохождения практики

| № п/п | Разделы практики (этапы формирования компетенций) | Показатели оценивания компетенций | Формы и способы контроля |
|-------|--|--|---|
| 1 | Подготовительный этап, включающий организационное собрание, инструктаж по технике безопасности | Полнота усвоения вводной информации по прохождению практики и инструктажа по технике безопасности | Собеседование |
| 2 | Прохождение практики на предприятии | Правильность, точность и своевременность выполнения задания, сбора, обработки и анализа полученной информации; сбора, обработки и систематизация специальной литературы. | Выборочный контроль студентов (присутствие студентов на базе практики), предоставление промежуточных рабочих материалов практиканта по требованию руководителя практики |
| 3 | Подготовка отчета по практике | Качество анализа и обработки полученной информации для подготовки отчета о практике | Предварительная проверка отчета о практике |
| 4 | Защита практики, у руководителя практикой от колледжа. | Результативность защиты в открытой форме | Зачет с оценкой |

По итогам прохождения практики проводится зачет с оценкой.

| Оценка | Характеристики ответа студента |
|------------------------|---|
| Зачтено-Отлично | <ul style="list-style-type: none"> - студент глубоко и всесторонне усвоил программный материал; - уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает; - опираясь на знания основной и дополнительной литературы, тесно привязывает усвоенные научные положения с практической деятельностью; - умело обосновывает и аргументирует выдвигаемые им идеи; - делает выводы и обобщения; - свободно владеет системой управленческих терминов в области рекламы и связей с общественностью. |
| Зачтено- Хорошо | <ul style="list-style-type: none"> - студент твердо усвоил программный материал, грамотно и по существу излагает его, опираясь на знания основной литературы; - не допускает существенных неточностей; - увязывает усвоенные знания с практической деятельностью; - аргументирует научные положения; - делает выводы и обобщения; |

| | |
|---------------------------------------|--|
| | - владеет системой управленческих терминов в области рекламы и связей с общественностью. |
| Зачтено-Удовлетворительно | - студент усвоил только основной программный материал, по существу излагает его, опираясь на знания только основной литературы; - допускает несущественные ошибки и неточности; - испытывает затруднения в практическом применении знаний в области рекламы и связей с общественностью; - слабо аргументирует научные положения; - затрудняется в формулировании выводов и обобщений; - частично владеет системой управленческих терминов в области рекламы и связей с общественностью. |
| Не зачтено-Неудовлетворительно | - студент не усвоил значительной части программного материала; - допускает существенные ошибки и неточности при рассмотрении проблем в области рекламы; - испытывает трудности в практическом применении знаний; - не может аргументировать научные положения; - не формулирует выводов и обобщений; |

Оценочные материалы производственной практики (преддипломной), реализующей практическую подготовку обучающихся

Задания

Производственная (преддипломная) практика
(наименование дисциплины)

Задание 1. Оценка рекламной деятельности организации

| База практики | Формулировка задания |
|---|--|
| Коммерческие и некоммерческие структуры, туристические, рекламные и PR-агентства, радио и телевидение, издательства, предприятия сферы гостинично-туристских услуг, театры и концертные организации, государственные структуры Москвы - компании, осуществляющих деятельность по специальности обучающихся и т.д. в соответствии с ППСЗ | Изучение основ деятельности организации (предприятия, учреждения). |
| | Изучить рекламную деятельность организации, обратив внимание на рекламные продукты и каналы распространения рекламной информации о компании. Под контролем специалиста написать рекламный текст. |
| | Изучить функции подразделения по связям с общественностью и материалы, которые готовит это подразделение или специалист |
| | Изучить пресс-материалы и принять участие в их подготовке. |
| | Оценить эффективность рекламной и PR деятельности организации |

Задание 2. Планирование коммуникационной деятельности организации

| База практики | Формулировка задания |
|---|--|
| Коммерческие и некоммерческие структуры, туристические, рекламные и PR- | Изучить миссию, цели, маркетинговую и коммуникационную стратегию Организации |

| | |
|--|--|
| <p>агентства, радио и телевидение, издательства, предприятия сферы гостинично-туристских услуг, театры и концертные организации, государственные структуры Москвы - компании, осуществляющих деятельность по специальности обучающихся и т.д. в соответствии с ППССЗ</p> | <p>Изучить структуру маркетингового и рекламного отделов и PR-службы</p> |
| | <p>Изучить основные этапы планирования коммуникационной деятельности Организации</p> |
| | <p>Изучить принципы оперативного руководства коммуникационных служб организации, а также функции их руководителей при взаимодействии с внутренним персоналом</p> |

Задание 3. Изучение фирменного стиля организации

| База практики | Формулировка задания |
|---|--|
| <p>Коммерческие и некоммерческие структуры, туристические, рекламные и PR-агентства, радио и телевидение, издательства, предприятия сферы гостинично-туристских услуг, театры и концертные организации, государственные структуры Москвы - компании, осуществляющих деятельность по специальности обучающихся и т.д. в соответствии с ППССЗ</p> | <p>Изучение уставных документов, положений о деятельности структурных подразделений, систему организации взаимодействия между подразделениями.</p> |
| | <p>Изучить составляющие фирменного стиля Организации</p> |
| | <p>Проанализировать работу компании (организации) по созданию корпоративного и фирменного стиля (наличие логотипа, давность его разработки, его стиль,</p> |
| | <p>семантика и семиотика, как и где он используется и т.д.) – что сделано, что делается или предполагается сделать.</p> |
| | <p>Разработать предложения по совершенствованию фирменного стиля организации</p> |

Задание 4. Подготовка отчета по практике.