

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РЕСПУБЛИКИ ТАДЖИКИСТАН
МЕЖГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКО-ТАДЖИКСКИЙ (СЛАВЯНСКИЙ) УНИВЕРСИТЕТ»**

Факультет русской филологии, журналистики и медиатехнологий

Кафедра отечественной и международной журналистики

«Утверждаю»
Декан факультета русской филологии,
журналистики и медиатехнологий
А.А. Рахимов
« 27 » 01 * 2026 г.



ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ПРАКТИКЕ

Профессионально - творческая практика

Направление - 42.03.01 «**Реклама и связь с общественностью**»

Профиль подготовки – «**Рекламная деятельность**»

Уровень подготовки - бакалавриат

2 курс д/о.

1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Оценочные средства предназначены для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся в процессе прохождения «Профессионально-творческой практики». Фонд оценочных средств включает контрольные материалы для проведения текущего контроля в форме собеседования и промежуточной аттестации в форме дневника по прохождению практики и отчета к экзамену. Промежуточная аттестация конец первой недели практики проводится с целью определения степени освоения обучающимися образовательной программы.

2. Перечень формируемых компетенций и этапы их формирования

2.1. Прохождение профессионально-ознакомительной практики направлено на формирование следующих компетенций:

№№	Код компетенции	Содержание компетенции	Планируемые результаты обучения	Наименование оценочного средства
	УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	ИУК-6.1. Оценивает свои ресурсы и их пределы (личностные, ситуативные, временные и т.д.), для успешного выполнения порученной работы; ИУК-6.2. Планирует перспективные цели собственной деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей и реализовывает намеченные цели деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей; ИУК-6.3. Владеет навыком составления плана последовательных шагов для достижения поставленной цели.	<i>Собеседование</i>

	<p>ОПК-1</p>	<p>Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем</p>	<p>ИОПК-1.1. Создает медиатексты и коммуникационные продукты с учетом норм русского и иностранного языков и стилистических требований. ИОПК-1.2. Использует визуальные, аудиальные и мультимедийные знаковые системы при разработке медиапродуктов. ИОПК-1.3. Адаптирует коммуникационные продукты под требования целевых аудиторий и профессиональной медиасреды.</p>	<p>Собеседование</p>
	<p>ОПК-6</p>	<p>Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности</p>	<p>ИОПК-6.1. Использует цифровые технологии и программные средства для создания и распространения медиапродуктов. ИОПК-6.2. Применяет инструменты анализа данных и цифровой аналитики в коммуникационной деятельности. ИОПК-6.3. Оценивает возможности и ограничения современных информационных технологий в рекламе и связях с общественностью.</p>	<p>Собеседование</p>

	ПК-1	Способен разрабатывать и реализовывать рекламные и PR-проекты с учетом целей заказчика, особенностей целевой аудитории, ресурсов и этапов проектной деятельности.	<p>ИПК-1.1. Формулирует цели, задачи и концепцию рекламного или PR-проекта.</p> <p>ИПК-1.2. Разрабатывает структуру проекта, этапы реализации и ресурсы.</p> <p>ИПК-1.3. Оценивает результаты проекта и корректирует проектные решения.</p>	Собеседование
	ПК-2	Способен анализировать рынок, аудиторию и коммуникационную среду для обоснования маркетинговых и рекламных решений.	<p>ИПК-2.1. Проводит анализ рынка, аудитории и конкурентной среды.</p> <p>ИПК-2.2. Использует методы маркетинговых и социологических исследований.</p> <p>ИПК-2.3. Обосновывает выбор маркетинговых и коммуникационных стратегий</p>	Собеседование
	ПК-4	Способен разрабатывать и реализовывать коммуникационные продукты, направленные на формирование общественного мнения, социальных ценностей и гражданской активности	<p>ИПК-4.1. Разрабатывает социально ориентированные коммуникационные сообщения.</p> <p>ИПК-4.2. Учитывает этические, культурные и правовые нормы коммуникации.</p> <p>ИПК-4.3. Анализирует влияние коммуникаций на общественное мнение.</p>	Собеседование
	ПК-5	Способен применять современные рекламные,	ИПК-5.1. Использует цифровые и	Собеседование

		цифровые и медиатехнологии при создании и распространении коммуникационных продуктов	медиатехнологии в рекламной и PR-деятельности ИПК-5.2. Разрабатывает медиапланы и контент для различных каналов коммуникации. ИПК-5.3. Оценивает эффективность применяемых технологий и каналов	
--	--	--	---	--

2.2. Этапы формирования компетенций

Основными этапами формирования указанных компетенций является последовательное прохождение студентами этапов практики «*Профессионально-творческой практики*».

Каждый этап практики предполагает овладение студентами необходимыми компетенциями. Результат аттестации студентов на различных этапах формирования компетенций показывает уровень освоения компетенций студентами. Этапность формирования компетенций напрямую связана с местом профессионально-ознакомительной практики в образовательной программе и представлена в Таблице 2.

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работ по практике, включая самостоятельную работу обучающихся	Трудоемкость общая (в часах) / практическая подготовка (в часах)
1.	Подготовительный этап	Инструктаж по технике безопасности	8
		Получение задания	4
		Написание и проверка запланированных материалов	6
		Ведение дневника	21
2.	Ознакомительный этап	Выполнение задания	40
		Ведение дневника	21
		Написание и проверка запланированных материалов	20
3.	Основной	Выполнение задания	40

	(производственный) этап	Ведение дневника	21
		Написание и проверка запланированных материалов	20
4.	Подготовка и защита отчета	Оформление отчета	20
		Представление результатов	10
ИТОГО, час.216			60/156

4. Показатели, критерии оценки компетенций и типовые контрольные задания

Код и наименование компетенции	Соответствие уровней освоения компетенции планируемым результатам обучения и критериям их оценивания		
	пороговый	базовый	продвинутый
	Оценка		
	Отлично/зачтено	Хорошо/зачтено	Удовлетворительно/ зачтено
УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	Оценивает свои ресурсы и их пределы (личностные, ситуативные, временные и т.д.), для успешного выполнения порученной работы;	Планирует перспективные цели собственной деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей и реализовывает намеченные цели деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей;	Владеет навыком составления плана последовательных шагов для достижения поставленной цели
ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	Создает медиатексты и коммуникационные продукты с учетом норм русского и иностранного языков и стилистических требований.	Использует визуальные, аудиальные и мультимедийные знаковые системы при разработке медиапродуктов.	Адаптирует коммуникационные продукты под требования целевых аудиторий и профессиональной медиасреды.

<p>ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности</p>	<p>Использует цифровые технологии и программные средства для создания и распространения медиапродуктов</p>	<p>Применяет инструменты анализа данных и цифровой аналитики в коммуникационной деятельности</p>	<p>Оценивает возможности и ограничения современных информационных технологий в рекламе и связях с общественностью.</p>
<p>ПК-1. Способен разрабатывать и реализовывать рекламные и PR-проекты с учетом целей заказчика, особенностей целевой аудитории, ресурсов и этапов проектной деятельности.</p>	<p>Формулирует цели, задачи и концепцию рекламного или PR-проекта.</p>	<p>Разрабатывает структуру проекта, этапы реализации и ресурсы.</p>	<p>Оценивает результаты проекта и корректирует проектные решения.</p>
<p>ПК-2. Способен анализировать рынок, аудиторию и коммуникационную среду для обоснования маркетинговых и рекламных решений</p>	<p>Проводит анализ рынка, аудитории и конкурентной среды.</p>	<p>Использует методы маркетинговых и социологических исследований.</p>	<p>Обосновывает выбор маркетинговых и коммуникационных стратегий.</p>
<p>ПК-4. Способен разрабатывать и реализовывать коммуникационные продукты, направленные на формирование общественного мнения, социальных ценностей и гражданской активности</p>	<p>Разрабатывает социально ориентированные коммуникационные сообщения.</p>	<p>Учитывает этические, культурные и правовые нормы коммуникации.</p>	<p>Анализирует влияние коммуникаций на общественное мнение</p>
<p>ПК-5. Способен применять современные рекламные, цифровые и медиатехнологии при создании и</p>	<p>Использует цифровые и медиатехнологии в рекламной и PR-деятельности.</p>	<p>Разрабатывает медиапланы и контент для различных каналов коммуникации.</p>	<p>Оценивает эффективность применяемых технологий и каналов</p>

распространении коммуникационных продуктов			
--	--	--	--

Виды/задачи профессиональной деятельности, соответствующие направлению подготовки бакалавриата направления 42.03.01 «Реклама деятельность», по профилю программы «Рекламная деятельность» и установленные ФГОС ВО, осваиваются выпускниками на разных уровнях:

- **пороговый уровень** дает общее представление о виде деятельности, основных закономерностях функционирования объектов профессиональной деятельности, методов и алгоритмов решения практических задач;

- **базовый уровень** позволяет решать типовые задачи, принимать профессиональные и управленческие решения по известным алгоритмам, правилам и методикам;

- **продвинутый уровень** предполагает готовность решать практические задачи повышенной сложности, нетиповые задачи, принимать профессиональные и управленческие решения в условиях неполной определенности, при недостаточном документальном, нормативном и методическом обеспечении.

Основным критерием оценки при определении уровня освоения обучаемым практики является наличие сформированных у него компетенций по результатам ее прохождения.

4.1. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в рамках прохождения практики

Вопросы для собеседования во время прохождения практики:

Перечень компетенций (части компетенции), проверяемых оценочным средством:

1. Каковы основные цели и задачи профессионально-творческой практики по вашей специальности?
2. Какие конкретные творческие компетенции (ПК) вы планировали развить / закрепить во время этой практики?
3. Как вы выбрали место практики с учётом творческой направленности (агентство, креативный отдел, брендинговое бюро, медиа и т.д.)?
4. Какие инструменты и программы вы заранее изучили / подготовили для творческой работы (Figma, Canva, Adobe Photoshop/Illustrator, Premiere, After Effects, Midjourney и др.)?
5. Сформулируйте 2–3 личные творческие цели, которые вы ставили перед практикой.
6. Опишите креативный отдел / творческую группу, в которой вы работали (количество человек, роли, иерархия).
7. Как в организации проходит брифинг и постановка творческой задачи? Приведите пример реального брифа, с которым вы столкнулись.
8. Какие этапы творческого процесса создания рекламы / PR-кампании используются в компании (от исследования до финального утверждения)?
9. Разработали ли вы собственный креативный концепт / big idea? В чём заключалась ваша основная идея?
11. Создавали ли вы визуальные материалы (баннеры, посты, сторис, видео, наружная реклама, мерч и т.д.)? Укажите объём и форматы.
12. Писали ли вы креативные тексты (слоганы, копирайтинг для рекламных объявлений, сценарии роликов, посты с tone of voice бренда)?
13. Участвовали ли в разработке фирменного стиля / ребрендинга / брендбука? Какие элементы вы создавали?
14. Создавали ли вы контент-план или календарь публикаций с креативными идеями?

Вопросы для итоговой конференции:

Перечень компетенций (части компетенции), проверяемых оценочным средством:

1. Как часто и в каком формате проводятся брейнштурмы / креативные сессии?
2. Какие методы генерации идей применяются (SCAMPER, mind mapping, Disney method, «шесть шляп» и др.)?
3. Перечислите 3–5 основных творческих заданий, которые вы выполняли самостоятельно или в команде.
4. Опишите полный цикл создания одного рекламного / PR-продукта, в котором вы участвовали (от идеи до готового материала).
5. Работали ли с генеративным ИИ (Midjourney, ChatGPT, Leonardo и др.) для ускорения творческого процесса? Как именно?
6. Как вы презентовали / защищали свои креативные предложения перед руководителем / клиентом?
7. Какие аргументы вы использовали, чтобы обосновать свою идею (психология восприятия, целевая аудитория, тренды, бенчмаркинг)?
8. Сталкивались ли с ситуацией, когда вашу идею отвергли? По каким причинам и как вы дорабатывали концепт?
10. Какие метрики / критерии успеха применялись к вашим творческим материалам (вовлечённость, CTR, охват, узнаваемость и др.)?
11. Провели ли вы А/В-тестирование креативов? Какие выводы сделали?
12. С какими творческими блоками / сложностями вы столкнулись (идеи не идут, критика, сжатые сроки и др.)?
13. Как вы выходили из творческого кризиса / блока?
14. Были ли конфликты вкусов / видения между вами, командой и заказчиком? Как решали?
15. Какие ограничения (бюджет, сроки, корпоративный стиль, законодательство о рекламе) наиболее сильно влияли на творчество?
16. Что оказалось самым сложным в применении теории на практике в творческой работе?
17. Как изменилось ваше понимание творческого процесса в рекламе и PR после практики?
18. Какие новые творческие приёмы / техники вы освоили или значительно улучшили?
19. Оцените по 10-балльной шкале свой уровень креативности на начало и на конец практики.
20. Какой из созданных вами материалов / идей вы считаете самым удачным и почему?
21. Какие пробелы в творческих навыках вы выявили и планируете закрывать в ближайшее время?
22. Насколько практика помогла вам понять, подходит ли вам творческая профессия в рекламе / PR?
23. Какие рекомендации вы дадите следующим студентам, которые будут проходить профессионально-творческую практику?

К формам контроля успеваемости по программе практики относятся: самостоятельная работа с литературой, консультации преподавателей и руководителей от предприятия, индивидуальные задания, анализ конкретных ситуаций, собеседование.

Критерии прохождения студентами контроля. Текущая и промежуточная успеваемость студента оценивается положительно, если студент полностью выполнил практические работы. В противном случае успеваемость студента оценивается отрицательно. Результаты контроля успеваемости учитываются преподавателем при проведении итоговой аттестации. Отставание

студента от графика текущего контроля успеваемости по практике приводит к образованию текущей задолженности.

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

Текущий контроль представляет собой проверку усвоения учебного материала теоретического и практического характера, регулярно осуществляемую. К основным формам текущего контроля можно отнести устный опрос, письменные задания, доклад-презентация, статья. Основные формы: зачет, зачет с оценкой, экзамен.

Текущий и итоговый контроль традиционно служат основным средством обеспечения в учебном процессе «обратной связи» между преподавателем и обучающимся, необходимой для стимулирования работы обучающихся. Оценивание знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности должно носить комплексный, системный характер – с учетом как места практики в структуре образовательной программы, так и содержательных и смысловых внутренних связей. Связи формируемых компетенций с этапами прохождения практики обеспечивают возможность реализации для текущего и итогового контроля наиболее подходящих оценочных средств.

6. Материалы для подготовки к итоговому контролю по практике

Перечень контрольных заданий и иных материалов, необходимых для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности (преподавателем указывает лишь те задания и иные материалы, которые им используются в рамках данной практики).

На всех этапах практики обучающийся должен заполнять дневник практики, где фиксируются все виды проведенных работ и полученные консультации от руководителя и работников предприятия, если практика проходит на предприятии (в организации).

По итогам «Профессионально-творческой практики» обучающимися составляется отчет.

Общие требования к Отчету о практике:

- логическая последовательность и четкость изложения материала;
- краткость и точность формулировок, исключающих возможность неоднозначного толкования;
- убедительность аргументации;
- конкретность изложения материала и результатов работы;
- информационная выразительность;
- достоверность;
- достаточность и обоснованность выводов.

Структурно в Дневник прохождения практики следует включать:

- Титульный лист.
- Направление на практику.
- Текст отчета.
- Заключение (выводы).
- Отчет по практике
- Отзыв руководителя практики от организации (предприятия).

Индивидуальное задание (выданное перед началом практики научным руководителем).

Отчет

Титульный лист является первым листом (страницей) и оформляется по образцу. После титульного листа располагается индивидуальное задание на практику. Введение должно содержать материалы о целях и задачах практики в целом и применительно к конкретному предприятию (организации). Объем введения, как правило, не должен превышать 1-2 страниц.

Каждый раздел отчета по практике должен содержать сведения о конкретно выполненной работе в период практики, выводы и предложения.

Заключение должно содержать краткие выводы по результатам практики. Библиографический список (список используемых источников) представляет собой указатель библиографически описанных литературных и документальных письменных источников, используемых при написании практики.

В качестве приложений к текстовой части отчета необходимо приложить копии документов, изученных и использованных студентом в период прохождения практики (первичные документы, учетные регистры и формы отчетности и др.). Цифровые данные первичных документов, учетных регистров, отчетных форм должны быть связаны между собой и по возможности составлены за один период. Материал приложения должен быть пронумерован и сочетаться с текстом материала отчета.

Отчет должен быть оформлен в соответствии с общепринятыми формами.

Отчет по практике сдается на кафедру одновременно с дневником по практике, подписанным руководителем практики от предприятия. После проверки отчета руководителем практики от вуза заведующий кафедрой назначает комиссию из числа преподавателей кафедры по защите результатов практики, в состав которой входит заведующий кафедрой, руководитель от кафедры и представитель Учебно-методического управления. Защита результатов практики проводится в виде устного выступления в сопровождении мультимедийной презентации.

Критерии оценивания результатов практики:

«отлично» - обучающийся своевременно выполнил весь объем работы, требуемый программой практики, показал глубокую теоретическую, методическую, профессионально-прикладную подготовку; умело применил полученные знания во время прохождения практики, показал владение традиционными и альтернативными методами, современными приемами в рамках своей профессиональной деятельности, точно использовал профессиональную терминологию; ответственно и с интересом относился к своей работе, грамотно, в соответствии с требованиями сделал анализ проведенной работы; отчет по практике выполнил в полном объеме, результативность практики представлена в количественной и качественной обработке, продуктах деятельности, обучающийся показал сформированность общекультурных и профессиональных компетенций;

«хорошо» - обучающийся демонстрирует достаточно полные знания всех профессионально-прикладных и теоретических вопросов в объеме программы практики; полностью выполнил программу, но допустил незначительные ошибки при выполнении задания, владеет инструментарием методики в рамках своей профессиональной подготовки, умением использовать его; грамотно использует профессиональную терминологию при оформлении отчетной документации по практике;

«удовлетворительно» - обучающийся выполнил программу практики, однако в процессе работы не проявил достаточной самостоятельности, инициативы и заинтересованности, допустил существенные ошибки при выполнении заданий практики, демонстрирует недостаточный объем знаний и низкий уровень их применения на практике; неосознанное владение инструментарием, низкий уровень владения методической терминологией; низкий уровень владения профессиональным стилем речи; низкий уровень оформления документации по практике;

«не удовлетворительно» - обучающийся владеет фрагментарными знаниями и не умеет применить их на практике, обучающийся не выполнил программу практики, не получил положительной характеристики, не проявил инициативу, не представил рабочие материалы, не проявил склонностей и желания к работе, не представил необходимую отчетную документацию.