



Утверждаю:  
Директор техникума  
/ И.М. Дыкман /  
« 20 » декабря 2023 г.

**КОМПЛЕКТ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ  
ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ  
ПО ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКЕ  
по программе подготовки  
специалистов среднего звена**

**42.02.01 «Реклама»**

Базовый уровень подготовки

Комплект оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по преддипломной практике по программе подготовки специалистов среднего звена **42.02.01 Реклама** составлен на основе федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, утв. Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.05.2014 г. № 510 (ред. от 13.07.2021)

Нормативный срок освоения программы: 3 года 10 месяцев  
Квалификация выпускника: специалист по рекламе

**Разработчики:**

Калач Светлана Юрьевна, зам. директора по УР  
Соловьянова Юлия Сергеевна, зав. отделением, методист ВКК  
Перевозкина Вероника Леонидовна, преподаватель 1КК  
Рыбинских Константин Александрович, преподаватель 1КК

**Правообладатель:**

ГАПОУ СО «Областной техникум дизайна и сервиса» г. Екатеринбург

**Согласовано:**

Вересовая Елена Николаевна  
Директор ООО «РА «Антиква»



Комплект оценочных средств рассмотрен и одобрен на заседании методического совета ГАПОУ СО «Областной техникум дизайна и сервиса», г. Екатеринбург

Протокол методического совета № 3 от «19» декабря 2023 г.

Председатель Методического Совета \_\_\_\_\_ /Ю.С. Соловьянова/



# I. Паспорт комплекта оценочных средств

## 1. Область применения комплекта оценочных средств

Комплект оценочных средств предназначен для проведения дифференцированного зачета по преддипломной практике по программе подготовки специалистов среднего звена 42.02.01 Реклама

Таблица 1

Результаты освоения	Тип задания	Форма аттестации (в соответствии с учебным планом)
<p>Выпускник, освоивший программу подготовки специалистов среднего звена 41.02.01 «Реклама», должен обладать:</p> <p>- <b>общими компетенциями</b>, включающими в себя способность:</p> <p>ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.</p> <p>ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.</p> <p>ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.</p> <p>ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.</p> <p>ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.</p> <p>ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.</p> <p>ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.</p> <p>ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.</p> <p>ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.</p> <p>ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.</p> <p>ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.</p> <p>- <b>профессиональными компетенциями</b>, соответствующими основным видам профессиональной деятельности:</p>	<p><i>Выполнение и защита отчета</i></p>	<p><i>Дифференцированный зачет</i></p>

Результаты освоения	Тип задания	Форма аттестации (в соответствии с учебным планом)
<p><b>1. Разработка и создание дизайна рекламной продукции.</b></p> <p>ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей.</p> <p>ПК 1.2. Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.</p> <p>ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты.</p> <p>ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.</p> <p>ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями.</p> <p><b>2. Производство рекламной продукции.</b></p> <p>ПК 2.1. Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.</p> <p>ПК 2.2. Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.</p> <p>ПК 2.3. Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.</p> <p><b>3. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта.</b></p> <p>ПК 3.1. Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.</p> <p>ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.</p> <p><b>4. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта.</b></p> <p>ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.</p> <p>ПК 4.2. Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.</p> <p>ПК 4.3. Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.</p> <p><b>5. Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих (20032 Агент рекламный)</b></p> <p>ПК 5.1. Осуществлять деятельность по поиску и привлечению клиентов</p> <p>ПК 5.2. Осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг</p> <p>ПК 5.3. Оформлять договорную и финансовую документацию по работе с заказчиком</p> <p>ПК 5.4. Опирается в работе на правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию услуг</p> <p>ПК 5.5. Вести переговоры с заказчиком</p> <p>ПК 5.6. Использовать офисную оргтехнику, информационные и коммуникационные технологии при получении и оформлении заказа</p> <p>ПК 5.7. Контакттировать с производителями рекламы по вопросам производства рекламного продукта</p>		

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. Контакттировать со средствами массовой информации по вопросам размещения рекламы ПК 5.13. Владеть простыми приемами создания и обработки изображений		
--	--	--

В период прохождения преддипломной практики руководитель практики от рекламного агентства отслеживает уровень сформированности общих компетенций:

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.

ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.

Форма проведения дифференцированного зачета по преддипломной практике – выполнение и защита отчета. Выполнение отчета по преддипломной практике оценивается руководителем преддипломной практики от техникума. В ходе проверки отслеживаются компетенции:

- ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития;
- ПК 3.1. Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка;
- ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей.

Защита отчета оценивается комиссией техникума. В ходе защиты отслеживаются компетенции:

- ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность;
- ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации;
- ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями.

При подведении итогов преддипломной практики учитываются:

- отзыв-характеристика и оценка руководителя практики от рекламного агентства;
- отзыв и оценка руководителя практики от техникума;
- объём выполнения задания преддипломной практики, достаточность собранного информационного материала для выполнения дипломной работы;
- соблюдение требований к содержанию и оформлению отчета;
- качество защиты отчета по преддипломной практике и выполнения электронной презентации.

## **2. Комплект оценочных средств**

Комплект оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по преддипломной практике по программе подготовки специалистов среднего звена **42.02.01 Реклама** включает в себя задание (индивидуальное для каждого студента в зависимости от темы дипломной работы) и инструментарий оценивания преддипломной практики.

### **2.1. Выполнение и защита отчета**

#### **Задание:**

1. Сбор и систематизация информации для выполнения дипломной работы.
2. Выполнение отчета о прохождении преддипломной практики.

#### **Темы дипломных работ:**

1. Разработка концепции и конструкции фирменного стиля.
2. Разработка и создание телевизионной рекламы.
3. Разработка визуальной стилистики рекламной кампании.
4. Рекламное проектирование персонального имиджа.
5. Проект «нетрадиционных» видов рекламы.
6. Проект рекламной кампании в Интернет-среде.
7. Место event-маркетинга в системе BTL кампании.
8. Разработка, планирование и реализация PR кампании.
9. Разработка рекламной стратегии репозиционирования продукции или бренда на рынке.
10. Разработка предложений по визуальному представлению рекламы: афиша, витрина, вывеска.
11. Особенности и направления использования product placement в современном рекламном деле.
12. Разработка программы «Event-Marketing» (событийного маркетинга) как средства продвижения марки.
13. Практика правового регулирования рекламной деятельности.
14. Разработка коммуникационной стратегии для выхода на рынок нового образовательного учреждения.

15. Планирование рекламной кампании на примере.
16. Позиционирование компании и процесс его воплощения в креативных решениях.
17. Цвет как фактор эффективного рекламного воздействия.
18. Средства массовой коммуникации как инструмент воздействия на общественное мнение.
19. «Новые медиа» в современном комплексе маркетинга.
20. Имидж организации: формирование и продвижение.
21. Разработка медиастратегии рекламной кампании.
22. Фирменный стиль как элемент системы корпоративной коммуникации.
23. Планирование и организация промо-мероприятия для продвижения торговой марки на рынке.
24. Особенности и направления использования технологии нейролингвистического программирования в рекламе.
25. Разработка (совершенствование, управление) инновационных методов сбора информации на рекламном рынке.
26. Разработка презентации, как инструмент управления коммуникациями с клиентом.
27. Формирование (совершенствование, управление) имиджа с помощью сувенирной рекламы.
28. Разработка (совершенствование, управление) рекламной кампании в сети Интернет.
29. Совершенствование (управление) социальных сетей при продвижении продукта.
30. Разработка вирусной рекламы в сети Интернет.
31. Разработка профорientационной продукции.
32. Особенности и направления использования нативной рекламы в современном рекламном деле.
33. Разработка сценария социального ролика.
34. Социальная реклама как инструмент воздействия на общественное мнение.
35. Особенности и направления использования технологии «Social Media Marketing» в современном рекламном деле.
36. Особенности и направления использования технологии «Selfie- Marketing» в современном рекламном деле.
37. Невербальная информация в рекламе, как метод эффективного воздействия на потребителя.
38. Сексуальные мотивы как эффективный фактор рекламного воздействия.
39. Разработка мотивационных мероприятий для коллектива.
40. Психологические приемы манипулирования, как инструмент повышения эффективности рекламы.
41. Разработка рекламного продукта в фэшн-индустрии.
42. Разработка и технология газетной и журнальной рекламы на примере
43. Антропоморфизм как элемент рекламного воздействия.
44. Создание «креативной» упаковки.
45. Разработка объемных букв в рекламе.
46. Психология восприятия шрифтов в рекламе.
47. Разработка и создание эффективной наружной рекламы.
48. Сувенирная продукция как средство коммуникации.
49. Организация выставочной деятельности и оценка её эффективности.
50. Особенности эмоционального воздействия рекламы на поведение покупателей.
51. Формирование бренда производителя (розничного торговца).
52. Комплексное решение оформления и ребрендинг.

**Основные требования** к выполнению и защите отчета представлены в методических указаниях.

### **Условия проведения дифференцированного зачета:**

1. На защиту отчета по преддипломной практике студент представляет:

- дневник учета производственных работ в период прохождения преддипломной практики, заполненный в соответствии с предъявляемыми требованиями и подписанный руководителями практики от техникума и рекламного агентства;
- отзыв руководителя практики от рекламного агентства о работе студента в период преддипломной практики с подписью и оценкой уровня общих компетенций и качества выполнения индивидуального задания с печатью рекламного агентства;
- аттестационный лист с подписью руководителя и печатью рекламного агентства;
- отчет по практике, включающий текстовые и графические материалы по теме дипломной работы, отражающие решение предусмотренных программой преддипломной практики задач;
- портфолио выполненных работ (макеты рекламной продукции);
- электронную презентацию в программе Microsoft PowerPoint для сопровождения защитной речи.

2. Защита отчета по преддипломной практике предполагает доклад студента не более 5-7 минут с изложением основных вопросов отчета и ответы на вопросы членов комиссии.

### **Материально-техническое обеспечение:**

*Помещение:* учебный кабинет

*Оборудование:* столы и стулья для членов комиссии, кафедра для оратора (студента), мультимедийное оборудование (компьютер, проектор, экран) для показа электронных презентаций.

**Методы оценки:** экспертная оценка по критериям.

## **2.2. Пакет экзаменатора**

В пакет экзаменатора входят следующие материалы:

1. Задание на преддипломную практику (прил.1).
2. Отзыв руководителя преддипломной практики от техникума (прил. 2).
3. Оценочный лист защиты отчета (прил. 3).
4. Аттестационный лист дифференцированного зачета по преддипломной практике (прил.4).
5. Сводная ведомость дифференцированного зачета по преддипломной практике (прил. 5).
6. Памятка членам комиссии по оцениванию защиты отчета (прил. 6).





МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И МОЛОДЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ  
СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ  
ГАПОУ СО «ОБЛАСТНОЙ ТЕХНИКУМ ДИЗАЙНА И СЕРВИСА»

У Т В Е Р Ж Д А Ю  
Заведующий отделением  
\_\_\_\_\_ С.Н. Сосновских  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 202\_ г.

**ЗАДАНИЕ**  
на преддипломную практику

студенту *Петровой Анастасии Федоровне*, группы *Р-43*, четвертого курса

1. Руководитель дипломной работы \_\_\_\_\_  
Должность \_\_\_\_\_ Квалификационная категория \_\_\_\_\_

Контактный телефон руководителя \_\_\_\_\_  
E-mail руководителя \_\_\_\_\_

2. Тема дипломной работы \_\_\_\_\_

3. Место прохождения преддипломной практики \_\_\_\_\_

Телефон организации \_\_\_\_\_  
E-mail организации \_\_\_\_\_

4. Перечень теоретических вопросов, подлежащих разработке:

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

5. Перечень практических задач:

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

6. Перечень графического материала:

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Дата выдачи задания « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 202\_ г. Руководитель \_\_\_\_\_

Задание принял к исполнению « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 202\_ г. Студент \_\_\_\_\_  
подпись  
подпись

ГАПОУ СО «Областной техникум дизайна и сервиса»  
**ОТЗЫВ**  
**руководителя преддипломной практики от техникума**

Ф.И.О. руководителя: \_\_\_\_\_

Должность, квалификационная категория: \_\_\_\_\_

Ф.И.О. студента: \_\_\_\_\_

Группа № **Р-43** ППССЗ: **42.02.01 «Реклама»**

№ п/п	Оцениваемый показатель <i>2-показатель проявлен в полном объеме, 1-показатель проявлен частично, 0-показатель не проявлен</i>	Количество баллов	
		max	факт
<b>ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития</b>			
<b>ПК 3.1. Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка</b>			
<b>ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей</b>			
1	<b>Во введении:</b> - обозначены цели и задачи преддипломной практики в соответствии с индивидуальным заданием и темой ВКР	2	0-2
2	- раскрыты основные вопросы и направления преддипломной практики	2	0-2
3	<b>В основной части:</b> - проведен анализ информационных источников по теме ВКР, раскрыто содержание исследуемой проблемы	2	0-2
4	- в достаточной степени раскрыты теоретические аспекты, необходимые для выполнения дипломной работы	2	0-2
5	- проведен и представлен общий анализ проектной ситуации	2	0-2
6	- обозначены маркетинговые задачи	2	0-2
7	- проведен и представлен анализ аналогов (либо конкурентов)	2	0-2
8	- проведен и представлен анализ целевой аудитории	2	0-2
9	- на основе проведенного анализа предложены рекламные идеи, отражающие концепцию ВКР	2	0-2
10	- в полном объеме представлен перечень работ, выполняемых в качестве специалиста по рекламе в период преддипломной практики	2	0-2
11	<b>В заключении:</b> - грамотно сформулированы выводы, характеризующие результат деятельности студента в период преддипломной практики	2	0-2
12	- обозначена практическая значимость представленных материалов и выполненной работы	2	0-2
13	<b>Оформление</b> отчета в полном объеме соответствует требованиям, обозначенным в методических указаниях	2	0-2
14	<b>Портфолио:</b> - в полном объеме представлены макеты рекламной продукции в соответствии с индивидуальным заданием	2	0-2
15	Проявлены самостоятельность и творческий подход студента при выполнении задания преддипломной практики и оформлении отчета	2	0-2
<b>Итого</b>		<b>30</b>	
<b>Оценка</b>		<b>5</b>	

**Перевод в оценку:** 28-30 баллов – оценка «5»; 23-27 баллов – оценка «4»; 18-22 баллов – оценка «3»;  
 менее 18 баллов – оценка «2», отчет возвращается на доработку

Замечания руководителя: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Руководитель \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ Дата « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 202\_ г.

С отзывом ознакомлен \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ Дата « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 202\_ г.



№ п/п	Признаки оценивания  <i>2-показатель проявлен в полном объеме, 1-показатель проявлен частично, 0-показатель не проявлен</i>	ФИО студента																			
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
<b>ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями</b>																					
12	В полном объеме представляет рекламную продукцию в соответствии с заданием преддипломной практики																				
13	Разрабатывает рекламную продукцию с учетом ориентации на конкретную целевую аудиторию																				
14	Выбирает оптимальные выразительные и художественно-изобразительные средства при разработке рекламной продукции																				
15	Соблюдает нормативные и этические требования к рекламной продукции																				
	<i>Итого</i>																				
	<i>Количественная оценка</i>																				
	<i>Оценка по 5-ти балльной системе</i>																				
	<i>Дескриптивная оценка</i>																				

**Уровень сформированности компетенций:**  
18-30 баллов – компетенции сформированы,  
менее 18 баллов – не сформированы

**Перевод в оценку:**  
28,0-30,0 баллов – оценка «5»;  
23,0-27,9 баллов – оценка «4»;  
18,0-22,9 баллов – оценка «3»;  
менее 18 баллов – оценка «2»

Дата « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 202\_\_ г.

Эксперт \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_  
подпись \_\_\_\_\_ расшифровка подписи \_\_\_\_\_

**ГАПОУ СО Областной техникум дизайна и сервиса**  
**АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ**  
**дифференцированного зачета по преддипломной практике**

Дата «\_\_» \_\_\_\_\_ 202\_\_ г.

ППССЗ 42.02.01 Реклама Группа P-43

№ п/п	ФИО студента	Оценки по этапам ПП			Итоговая оценка
		прохождение ПП	выполнение отчета	защита отчета	
1	2	3	4	5	6
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					
10					
11					
12					
13					
14					
15					
16					
17					
18					
19					
20					

Члены комиссии: 1. \_\_\_\_\_ 2. \_\_\_\_\_ 3. \_\_\_\_\_

**ГАПОУ СО Областной техникум дизайна и сервиса**  
**СВОДНАЯ ВЕДОМОСТЬ**  
**дифференцированного зачета по преддипломной практике**

Дата «\_\_» \_\_\_\_\_ 202\_\_ г.

ППССЗ 42.02.01 Реклама Группа P-43

№ п/п	Ф.И.О. выпускника	Ф.И.О и оценки членов комиссии			Средний балл по результатам ПП	Итоговая оценка по 5-ти балльной шкале
1						
2						
3						
4						
5						
6						
7						
8						
9						
10						
11						
12						
13						
14						
15						
16						
17						
18						
19						
20						

Члены комиссии: 1. \_\_\_\_\_ 2. \_\_\_\_\_ 3. \_\_\_\_\_

**Памятка членам комиссии по оцениванию компетенций  
в процедуре защиты отчета по преддипломной практике  
по программе подготовки специалистов среднего звена  
42.02.01 Реклама**

**Уважаемый эксперт!**

Вам предстоит оценивать уровень сформированности общих и профессиональных компетенций студентов по программе подготовки специалистов среднего звена «Реклама» на этапе защиты отчета по преддипломной практике по критериям, обозначенным в оценочном листе.

**Для этого Вам необходимо:**

- предварительно ознакомиться с методикой и критериями оценивания и порядком заполнения документов;
- внимательно выслушать представленную защитную речь студента и задавать вопросы по содержанию его преддипломной практики и теме ВКР.

**На защиту отчета студент должен представить:**

- дневник учета производственных работ в период прохождения преддипломной практики, заполненный в соответствии с предъявляемыми требованиями и подписанный руководителями практики от техникума и рекламного агентства;
- отзыв руководителя практики от рекламного агентства о работе студента в период преддипломной практики с подписью и оценкой уровня общих компетенций и качества выполнения индивидуального задания с печатью рекламного агентства;
- аттестационный лист с подписью руководителя и печатью рекламного агентства;
- отчет по практике, включающий текстовые и графические материалы по теме исследования, отражающие решение предусмотренных программой преддипломной практики задач с отзывом и оценкой руководителя практики от техникума;
- портфолио выполненных работ (макетов рекламной продукции) в соответствии с индивидуальным заданием;
- электронную презентацию в программе Microsoft PowerPoint для сопровождения защитной речи.

Методика оценивания включает количественную и дескриптивную (качественную) оценку, которая выставляется в оценочном листе.

По каждому показателю оценочного листа Вам необходимо поставить количественную оценку, которая выражается в баллах:

- 0 – признак оценивания не проявлен в ходе защиты отчета;
- 1 – признак оценивания частично проявлен в ходе защиты отчета;
- 2 – признак оценивания в полном объеме проявлен в ходе защиты отчета.

Затем Вам необходимо сложить все баллы оценочного листа, чтобы получить количественную оценку.

Дескриптивная (качественная) оценка отражает степень проявления отслеживаемых компетенций, т.е. проявлены выпускником соответствующие компетенции или не проявлены. Если оцениваемые признаки проявляются в ходе защиты отчета на 60% и более, то компетенции считаются сформированными.

Конечные результаты по оценочному листу (количественная оценка) переносятся в сводную ведомость. Далее суммируются баллы членов комиссии, вычисляется средний балл и конечная оценка, которая переносится в аттестационный лист.

После процедуры оценивания Вам необходимо поставить свою подпись в сводной ведомости и аттестационном листе и выразить особое мнение члена комиссии о процедуре промежуточной аттестации по преддипломной практике.

**Благодарим за сотрудничество!**