

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Алтайский государственный университет»
Колледж Алтайского государственного университета

Утверждено:
решением ученого совета Университета
протокол № 04
от 26.06.2023 г.

ПРОГРАММА

учебной и производственной практики (по профилю специальности)

(указать вид практики)

программы подготовки специалистов среднего звена по специальности

42.02.01 Реклама

(код и наименование специальности)

Форма обучения очная

При разработке программы в основу положены:

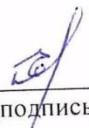
1. ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденный Министерством образования и науки РФ от 12.05.2014 г. № 510.
2. Учебный план утвержден решением Ученого совета АлтГУ от 26.06.2023 г., протокол № 4

Программа учебной и производственной практики (по профилю специальности) одобрена на заседании совета Колледжа, протокол № 05 от 28.02.2023 г.

Разработчики:

преподаватели отделения природопользования, сервиса и туризма
Прусова И.М., высшая к.к.

Зав. отделением ПСиТ



(подпись)

Е.Ю. Коверникова

СОГЛАСОВАНО

Директор Колледжа АлтГУ _____

Р.Ю. Ракитин

Директор ООО «Медиагруппа
«ФМ-Продакшн» _____

М.П. Соклаков



(подпись)

« 17 » 02 2023 г.



Содержание

№ п/п	Разделы
1	Рабочая программа учебной практики по ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции
2	Рабочая программа производственной практики (по профилю специальности) по ПМ.02 Производство рекламной продукции
3	Рабочая программа производственной практики (по профилю специальности) по ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта
4	Рабочая программа производственной практики (по профилю специальности) по ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта
5	Рабочая программа производственной практики (по профилю специальности) по ПМ.05 Выполнение работ по должности служащего Агент рекламный
6	Рабочая программа производственной практики (преддипломной)

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Алтайский государственный университет»
Колледж Алтайского государственного университета

Утверждено:
решением ученого совета Университета
протокол № 04
от « 26 » 06 _____ 2023 г.

ПРОГРАММА

учебной практики

(указать вид практики)

по ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции

программы подготовки специалистов среднего звена по специальности

42.02.01 Реклама

(код и наименование специальности)

Форма обучения очная

Барнаул 2023

1. Вид практики, способы и форма её проведения

Вид практики: учебная.

Способы проведения: стационарная.

Форма проведения практики: концентрированная.

2. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесённых с планируемыми результатами освоения ППСЗ

В результате освоения программы учебной практики по ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции обучающийся:

Компетенция	Показатели
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	Знать: сущность и социальную значимость своей будущей профессии. Уметь: определять перспективы развития в профессиональной сфере; проводить самоанализ профессиональной пригодности.
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	Знать: методы решения профессиональных задач. Уметь: прогнозировать результаты выполнения деятельности в соответствии с задачами; оценивать результаты своей деятельности, их эффективность и качество.
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	Знать: причины возникновения нестандартных ситуаций. Уметь: оценивать причины возникновения нестандартных ситуаций; находить пути решения ситуации; прогнозировать развитие ситуации; брать на себя ответственность за принятое решение.
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	Знать: принципы классификации информации. Уметь: выделять профессионально-значимую информацию; пользоваться разнообразной справочной литературой, электронными ресурсами; определять соответствие информации поставленной задаче.
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	Знать: информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности. Уметь: предоставлять информацию в различных формах с использованием различного программного обеспечения; использовать средства ИТ для обработки и хранения

	информации.
ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	Знать: стили общения и корпоративную культуру. Уметь: – выбирать стиль общения в соответствии с ситуацией, вести деловую беседу в соответствии с этическими нормами.
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий	Знать: организацию выполняемых работ в соответствии с инструкциями. Уметь: ставить задачи перед коллективом; организовывать деятельность по выполнению ресурсов команды; осуществлять контроль в соответствии с поставленной задачей.
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	Знать: перспективы профессионального и личностного развития. Уметь: анализировать собственные сильные и слабые стороны; определять этапы достижения поставленных целей; определять необходимые внешние и внутренние ресурсы для достижения целей.
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	Знать: технологии, используемые в профессиональной деятельности; источники информации о технологиях профессиональной деятельности. Уметь: анализировать производственную ситуацию; определять причины необходимости смены технологий или их усовершенствования.
ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности	Знать: цели, задачи, принципы, объекты, субъекты, средства, методы и нормативно-правовую базу предпринимательской деятельности; действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов. Уметь: эффективность планирования предпринимательской деятельности в профессиональной сфере; работать с нормативными документами в области предпринимательской деятельности; безошибочно использовать нормативные акты в профессиональной деятельности
ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения	Знать: принципы делового и межличностного общения; лексический и грамматический минимум, необходимый для чтения и перевода иностранных текстов.

на иностранном языке	<p>Уметь: общаться (устно и письменно) на иностранном языке на профессиональные и повседневные темы; эффективность использования информационно-коммуникационных технологий в профессиональной сфере; устанавливать контакты с учетом межкультурных и этнических различий</p>
ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей	<p>Знать: методологию поиска новых идей в рекламе. Уметь: осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги. Иметь практический опыт: – выбора художественной формы реализации рекламной идеи.</p>
ПК 1.2. Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы	<p>Знать: выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы; композицию, шрифтовую и художественную графику в рекламе. Уметь: использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы; разрабатывать композиционное решение рекламного продукта. Иметь практический опыт: – создания визуального образа с рекламными функциями.</p>
ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты	<p>Знать: методы проектирования рекламного продукта. Уметь: разрабатывать композиционное решение рекламного продукта. Иметь практический опыт: разработки авторских рекламных проектов; – художественного конструирования рекламных продуктов по заданию.</p>
ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений	<p>Знать: приемы и принципы составления рекламного текста. Уметь: составлять рекламные тексты. Иметь практический опыт: – составления и оформления текстов рекламных объявлений на основе технологического задания.</p>
ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями	<p>Знать: методы психологического воздействия на потребителя. Уметь: разрабатывать визуальные образы для рекламного продукта.</p>

	Иметь практический опыт: – создания визуального образа с рекламными функциями.
--	---

3. Место практики в структуре образовательной программы

Программа учебной практики является частью программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01 Реклама в части освоения квалификации:

_____ специалист по рекламе _____.

Учебная практика УП.01.01 входит в состав профессионального модуля ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции, являющегося частью профессионального цикла учебного плана выше названной специальности.

4. Объем практики

В соответствии с утвержденным учебным планом практика реализуется по очной форме обучения на 1 курсе.

Длительность практики составляет всего 4 недели или 144 часа.

5. Содержание практики

Тематический план и содержание учебной практики по ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции

Код ПК	Содержание ПК	Виды работ	Наименование тем практики	Содержание учебных занятий	Количество часов по темам	Уровень освоения
1	2	3	4	5	6	7
ПК 1.1.	Осуществлять поиск рекламных идей	Поиск идей при создании рекламного продукта, услуги	Поиск рекламных идей	Анализ рекламных видеороликов и других рекламных продуктов, перечисление основных законов их создания	6	2
				Осуществление поиска идеи рекламного продукта в форме рекламного ролика при помощи личного креативного подхода и изучения (просмотра) первичных источников и материалов (проведение мониторинга и анализа имеющихся примеров продукции на эту тему)	8	3
				Практическое задание: разработка креативной концепции рекламного продукта	10	3
ПК 1.2.	Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы	Разработка композиционного решения рекламного продукта. Использование выразительных и художественно-изобразительных	Композиция в рекламном продукте	Использование закономерностей цветовосприятия, теории цветовой выразительности, особенностей освещения при создании рекламного продукта	6	2
				Практическое задание: разработка композиционного решения рекламного продукта	12	3

		средства при моделировании рекламы	Выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы	Выбор изобразительных средств (средств визуализации) для создания дизайна рекламной продукции	12	2
				Работа в малых группах: формирование ассоциативных текстовых и визуальных рядов для передачи художественного образа	8	2
ПК 1.3	Разрабатывать авторские рекламные проекты	Разработка авторских рекламных проектов	Проектный процесс в рекламе	Проект: определение целей и задач рекламного продукта	4	3
				Проект: определение стратегии и конечных результатов. Определение целевой аудитории	4	3
				Проект: разработка оригинальной концепции	6	3
				Проект: определение состава и объема работ рекламного проекта	2	3
				Проект: разработка календарного плана	4	3
				Проект: определение потребностей проекта в ресурсах (план ресурсного обеспечения)	2	3
				Проект: определение основных членов команды управления рекламным проектом, организационной структуры, принципов взаимодействия	2	3
				Проект: завершение и сдача-приемка проекта, оценка работы членов команды	4	3
ПК 1.4.	Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений	Составление рекламных текстов	Рекламный текст: структура, организация, стиль	Изучение принципов создания рекламного текста, содержания рекламного сообщения	4	2
				Основные компоненты рекламного текста	4	3

				Анализ и разработка стилистических приемов рекламного текста.	4	2
			Рекламный текст: коммуникационные возможности и оценка эффективности	Практическая работа: анализ типологических и специфических черт рекламного текста в СМИ	4	2
				Практическая работа: разработка авторского проекта рекламного сообщения	10	3
ПК 1.5.	Создавать визуальные образы с рекламными функциями	Создание визуальных образов с рекламными функциями	Семиотическая структура рекламной коммуникации	Изучение семиотической модели рекламной коммуникации	4	2
				Символы и стереотипы в рекламе	4	3
				Практическая работа: семиотический анализ рекламного сообщения	4	3
			Семиотические аспекты создания рекламного образа	Создание визуальных образов с рекламными функциями	16	3
Итого					144	

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

2 – репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством);

3 – продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач)

6. Формы отчетности по практике

В результате освоения программы учебной практики студенты проходят промежуточную аттестацию в форме дифференцированного зачета.

Дифференцированный зачет проводится в форме собеседования. Умения отрабатываются студентами в ходе выполнения практических заданий и проекта. Оценка по дифференцированному зачету может быть выставлена "автоматом" при условии, если студент набрал соответствующий итоговый балл на основе технологической карты.

Промежуточная аттестация по итогам учебной практики проводится в рамках отведенных часов на освоение программы практики.

7. Перечень учебно-методического и информационного обеспечения, необходимого для проведения практики

Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Основная литература			
Поляков, В. А.	Реклама: разработка и технологии производства: учебник и практикум для среднего профессионального образования	Издательство Юрайт, 2023	https://urait.ru/book/reklama-razrabotka-i-tehnologii-proizvodstva-517937
Дополнительная литература			
Карпова, С. В.	Рекламное дело: учебник и практикум для среднего профессионального образования	Издательство Юрайт, 2023	https://urait.ru/book/reklamnoe-delo-511792
Синяева, И. М.	Основы рекламы: учебник и практикум для среднего профессионального образования	Издательство Юрайт, 2023	https://urait.ru/book/osnovy-reklamy-511938

8. Описание материально-технической базы, необходимой для проведения практики

8.1. Требования к материально-техническому обеспечению

Учебная практика реализуется в кабинетах и лабораториях профессиональной образовательной организации и требует наличия оборудования, инструментов, расходных материалов, обеспечивающих выполнение всех видов работ, определенных содержанием программы практики.

Реализация программы учебной практики предполагает наличие:

- учебных кабинетов: шрифтовой и художественной графики, проектирования рекламного продукта;
- лабораторий: компьютерной графики и видеомонтажа;

Для самостоятельной работы студентов – электронного читального зала с выходом в сеть Интернет.

8.2. Требования к организации учебной практики

Учебная практика по ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции реализуется согласно графику учебного процесса в период освоения профессионального модуля.

Практика проводится в форме работы студентов, направленной на ознакомление с особенностями профессиональной работы, включая выполнение ими временных разовых и постоянных заданий.

Учебная практика проводится в учебных аудиториях Колледжа АлтГУ преподавателями дисциплин профессионального цикла в соответствии с предусмотренной учебной нагрузкой и программой.

В обязанности руководителя практики входит:

- разработка и ежегодное обновление содержания программы учебной практики;
- контроль реализации программы и условий проведения учебной практики;
- оформление отчетных документов по учебной практике.

Студенты при прохождении учебной практики обязаны полностью выполнять задания, предусмотренные программой учебной практики.

Текущий контроль результатов освоения программы практики осуществляется руководителем практики в процессе выполнения обучающимися заданий.

В результате освоения программы учебной практики студенты проходят промежуточную аттестацию в форме дифференцированного зачета. Дифференцированный зачет проводится в форме собеседования

Промежуточная аттестация по итогам учебной практики проводится в рамках отведенных часов на освоение программы практики.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Алтайский государственный университет»
Колледж Алтайского государственного университета

Утверждено:
решением ученого совета Университета
протокол № 04
от « 26 » 06 _____ 2023 г.

ПРОГРАММА

производственной практики (по профилю специальности)

(указать вид практики)

по ПМ.02 Производство рекламной продукции

программы подготовки специалистов среднего звена по специальности

42.02.01 Реклама

(код и наименование специальности)

Форма обучения очная

Барнаул 2023

1. Вид практики, способы и форма её проведения

Вид практики: производственная (по профилю специальности).

Способы проведения: стационарная.

Форма проведения практики: концентрированная.

2. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесённых с планируемыми результатами освоения ППССЗ

В результате освоения программы производственной практики (по профилю специальности) по ПМ.02 Производство рекламной продукции обучающийся:

Компетенция	Показатели
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	Знать: сущность и социальную значимость своей будущей профессии. Уметь: определять перспективы развития в профессиональной сфере; – проводить самоанализ профессиональной пригодности.
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	Знать: методы решения профессиональных задач. Уметь: прогнозировать результаты выполнения деятельности в соответствии с задачами; – оценивать результаты своей деятельности, их эффективность и качество.
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	Знать: причины возникновения нестандартных ситуаций. Уметь: оценивать причины возникновения нестандартных ситуаций; находить пути решения ситуации; прогнозировать развитие ситуации; – брать на себя ответственность за принятое решение.
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	Знать: принципы классификации информации. Уметь: выделять профессионально-значимую информацию; пользоваться разнообразной справочной литературой, электронными ресурсами; – определять соответствие информации поставленной задаче.
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	Знать: информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности. Уметь: предоставлять информацию в различных формах с использованием различного программного обеспечения; – использовать средства ИТ для обработки и хранения

	информации.
ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	<p>Знать:</p> <p>стили общения и корпоративную культуру.</p> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – выбирать стиль общения в соответствии с ситуацией, вести деловую беседу в соответствии с этическими нормами.
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий	<p>Знать:</p> <p>организацию выполняемых работ в соответствии с инструкциями.</p> <p>Уметь:</p> <p>ставить задачи перед коллективом; организовывать деятельность по выполнению ресурсов команды;</p> <ul style="list-style-type: none"> – осуществлять контроль в соответствии с поставленной задачей.
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	<p>Знать:</p> <p>перспективы профессионального и личностного развития.</p> <p>Уметь:</p> <p>анализировать собственные сильные и слабые стороны; определять этапы достижения поставленных целей;</p> <ul style="list-style-type: none"> – определять необходимые внешние и внутренние ресурсы для достижения целей.
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	<p>Знать:</p> <p>технологии, используемые в профессиональной деятельности; источники информации о технологиях профессиональной деятельности.</p> <p>Уметь:</p> <p>анализировать производственную ситуацию;</p> <ul style="list-style-type: none"> – определять причины необходимости смены технологий или их усовершенствования.
ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.	<p>Знать:</p> <p>цели, задачи, принципы, объекты, субъекты, средства, методы и нормативно-правовую базу предпринимательской деятельности; действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов.</p> <p>Уметь:</p> <p>эффективность планирования предпринимательской деятельности в профессиональной сфере; работать с нормативными документами в области предпринимательской деятельности;</p> <ul style="list-style-type: none"> – безошибочно использовать нормативные акты в профессиональной деятельности
ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения	<p>Знать:</p> <p>принципы делового и межличностного общения; лексический и грамматический минимум, необходимый для чтения и перевода иностранных текстов.</p>

на иностранном языке	<p>Уметь:</p> <p>общаться (устно и письменно) на иностранном языке на профессиональные и повседневные темы;</p> <p>эффективность использования информационно-коммуникационных технологий в профессиональной сфере;</p> <ul style="list-style-type: none"> – устанавливать контакты с учетом межкультурных и этнических различий
ПК 2.1. Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы	<p>Знать:</p> <p>технику, технологии и технические средства фотосъемки в рекламе;</p> <p>технику, технологии и технические средства видеосъемки в рекламе.</p> <p>Уметь:</p> <p>осуществлять фотосъемку для производства рекламного продукта;</p> <p>осуществлять видеосъемку для производства рекламного продукта;</p> <p>Иметь практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> – выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта.
ПК 2.2. Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии	<p>Знать:</p> <p>технические и программные средства для создания печатного рекламного продукта;</p> <p>технические и программные средства для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации.</p> <p>Уметь:</p> <p>использовать компьютерные технологии при создании печатного рекламного продукта;</p> <p>разрабатывать сценарии для съемок и монтажа рекламы.</p> <p>Иметь практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> – построения модели (макета, сценария) объекта с учетом выбранной технологии.
ПК 2.3. Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале	<p>Знать:</p> <p>этапы производства рекламного продукта;</p> <p>технологии создания Интернет-рекламы;</p> <p>аппаратное и программное обеспечение.</p> <p>Уметь:</p> <p>использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки графики, аудио-, видео-, анимации;</p> <p>использовать мультимедийные и web-технологии для разработки и внедрения рекламного продукта</p> <p>Иметь практический опыт:</p> <p>подготовки к производству рекламного продукта;</p> <ul style="list-style-type: none"> – производства рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков

3. Место практики в структуре образовательной программы

Программа производственной практики (по профилю специальности) является частью программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01 Реклама в части освоения квалификации:

специалист по рекламе.

Производственная практика (по профилю специальности) ПП.02.01 входит в состав профессионального модуля ПМ.02 Производство рекламной продукции, являющегося частью профессионального цикла учебного плана выше названной специальности.

4. Объем практики

В соответствии с утвержденным учебным планом практика реализуется по очной форме обучения на 2 курсе.

Длительность практики составляет всего 3 недели или 108 часов.

5. Содержание практики

Тематический план и содержание производственной практики (по профилю специальности) по ПМ.02 Производство рекламной продукции

Код ПК	Вид деятельности	Виды работ	Количество часов	Уровень освоения
1	2	3	4	5
ПК 2.1.	Производство рекламной продукции	Анализ применяемых компьютерных технологий и профессиональных пакетов программного обеспечения для обработки графики, аудио-, видео-, анимации	20	2
		Изучение и анализ выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта		2
		Изучение процесса создания рекламного фото и видео		2
		Анализ использования мультимедийных и web-технологий для разработки и внедрения рекламного продукта		2
ПК 2.2.		Проведение фотосъемки и видеосъемки для производства рекламного продукта	50	3
		Разработка сценария для съемок и монтажа рекламы		3
		Построение модели (макета, сценария) объекта с учетом выбранной технологии		3
		Использование компьютерных технологии при создании печатного рекламного продукта		3
ПК 2.3		Подготовка к производству рекламного продукта	38	3
		Производство рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков		3
Итого			108	

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

2 – репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством);

3 – продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач)

6. Формы отчетности по практике

В результате освоения программы производственной практики (по профилю специальности) студенты проходят промежуточную аттестацию в форме дифференцированного зачета.

Отчетные документы о прохождении производственной практики (по профилю специальности):

положительный аттестационный лист;

заполненный дневник практики, содержащий положительную характеристику студента;

отчет о практике, выполненный в соответствии с заданием на практику.

По результатам прохождения производственной практики (по профилю специальности) руководитель практики от образовательной организации составляет отчет.

7. Перечень учебно-методического и информационного обеспечения, необходимого для проведения практики

Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Основная литература			
Поляков, В. А.	Реклама: разработка и технологии производства: учебник и практикум для среднего профессионального образования	Издательство Юрайт, 2023	https://urait.ru/book/reklama-razrabotka-i-tehnologii-proizvodstva-517937
Дополнительная литература			
Карпова, С. В.	Рекламное дело: учебник и практикум для среднего профессионального образования	Издательство Юрайт, 2023	https://urait.ru/book/reklamnoe-delo-511792
Синяева, И. М.	Основы рекламы: учебник и практикум для среднего профессионального образования	Издательство Юрайт, 2023	https://urait.ru/book/osnovy-reklamy-511938

8. Описание материально-технической базы, необходимой для проведения практики

8.1. Требования к материально-техническому обеспечению

Места проведения практики, предоставляемые на основе договоров с профильными организациями.

Оборудование предприятий и технологическое оснащение рабочих мест производственной практики (по профилю специальности) должно соответствовать содержанию профессиональной деятельности и давать возможность обучающемуся овладеть профессиональными компетенциями по всем видам деятельности, предусмотренными программой, с использованием современных технологий, материалов и оборудования.

8.2. Требования к организации производственной практики (по профилю специальности)

Производственная практика (по профилю специальности) по ПМ.02 Производство рекламной продукции проводится в организациях на основе прямых договоров, заключаемых между ФГБОУ ВО «Алтайский государственный университет» и организациями.

Сроки проведения производственной практики (по профилю специальности) устанавливаются в соответствии с учебным планом при освоении профессионального модуля. Период проведения практики включается в график учебного процесса.

Организация (предприятие, учреждение, фирма) как база практики должно:

- иметь сферы деятельности, предусмотренные программой практики;
- располагать квалифицированными кадрами для руководства практикой.

Для прохождения практики студенту предоставляется право выбора базы практики. Базами практик являются действующие организации и учреждения любых форм собственности: рекламные агентства, компании, занимающиеся производством и реализацией продукции, распространением различных услуг, компаниях, занимающихся производством и реализацией продукции, распространением различных услуг, СМИ, маркетинговые отделы государственных и образовательных учреждений, а также крупные многоаспектные предприятия, имеющие отделы рекламы.

При прохождении практики в организациях трудоемкость для студентов составляет 36 часов в неделю.

Студенты при прохождении производственной практики (по профилю специальности) в организациях обязаны:

- полностью выполнять задания, предусмотренные программой практики;
- соблюдать действующие в организациях правила внутреннего трудового распорядка;
- изучать и строго соблюдать нормы охраны труда и правила пожарной безопасности.

Организацию и руководство практикой осуществляют руководители практики от Колледжа и от организации.

Направление на практику оформляется приказом по Университету за подписью первого проректора по УР с указанием закрепления каждого студента за организацией, вида и сроков прохождения практики, руководителя практики от Колледжа АлтГУ.

По результатам практики руководителями практики от Колледжа и от организации формируется аттестационный лист, содержащий сведения об уровне освоения обучающимся профессиональных компетенций. Руководитель практики от организации пишет характеристику на студента, отмечает полученные им навыки, отражающие уровень освоения профессиональных компетенций, уровень подготовки и профессиональные качества.

В процессе прохождения практики обучающиеся заполняют дневники практики, в которые ежедневно вносят записи о проделанной работе.

В случае, если студент проходит практику в той организации, где нет возможности освоить навыки по выполнению какого-либо вида работ, он должен выполнить индивидуальное задание для полного освоения компетенций (индивидуальные задания представлены в Фонде оценочных средств).

8.3. Организация практики студентов с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

При выборе мест происхождения практики студентами с ОВЗ и инвалидами учитывается состояние их здоровья и доступность баз практики для данных обучающихся. При определении мест производственной практики (по профилю специальности) для

студентов с ОВЗ и инвалидов должны учитываться рекомендации индивидуальной программы реабилитации и медико-социальной экспертизы, отраженные в индивидуальной программе реабилитации инвалида, относительно рекомендованных условий и видов труда.

На основании личного заявления студента практика может проводиться в структурных подразделениях университета.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Алтайский государственный университет»
Колледж Алтайского государственного университета

Утверждено:
решением ученого совета Университета
протокол № 04
от « 26 » 06 2023 г.

ПРОГРАММА

производственной практики (по профилю специальности)

(указать вид практики)

по ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта

программы подготовки специалистов среднего звена по специальности

42.02.01 Реклама

(код и наименование специальности)

Форма обучения очная

Барнаул 2023

1. Вид практики, способы и форма её проведения

Вид практики: производственная (по профилю специальности).

Способы проведения: стационарная.

Форма проведения практики: концентрированная.

2. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесённых с планируемыми результатами освоения ППСЗ

В результате освоения программы производственной практики (по профилю специальности) по ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта обучающийся:

Компетенция	Показатели
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	Знать: сущность и социальную значимость своей будущей профессии. Уметь: определять перспективы развития в профессиональной сфере; – проводить самоанализ профессиональной пригодности.
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	Знать: методы решения профессиональных задач. Уметь: прогнозировать результаты выполнения деятельности в соответствии с задачами; – оценивать результаты своей деятельности, их эффективность и качество.
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	Знать: причины возникновения нестандартных ситуаций. Уметь: оценивать причины возникновения нестандартных ситуаций; находить пути решения ситуации; прогнозировать развитие ситуации; – брать на себя ответственность за принятое решение.
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	Знать: принципы классификации информации. Уметь: выделять профессионально-значимую информацию; пользоваться разнообразной справочной литературой, электронными ресурсами; – определять соответствие информации поставленной задаче.
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	Знать: информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности. Уметь: предоставлять информацию в различных формах с использованием различного программного обеспечения;

	<ul style="list-style-type: none"> – использовать средства ИТ для обработки и хранения информации.
ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	<p>Знать:</p> <p>стили общения и корпоративную культуру.</p> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – выбирать стиль общения в соответствии с ситуацией, вести деловую беседу в соответствии с этическими нормами.
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий	<p>Знать:</p> <p>организацию выполняемых работ в соответствии с инструкциями.</p> <p>Уметь:</p> <p>ставить задачи перед коллективом; организовывать деятельность по выполнению ресурсов команды;</p> <ul style="list-style-type: none"> – осуществлять контроль в соответствии с поставленной задачей.
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	<p>Знать:</p> <p>перспективы профессионального и личностного развития.</p> <p>Уметь:</p> <p>анализировать собственные сильные и слабые стороны; определять этапы достижения поставленных целей;</p> <ul style="list-style-type: none"> – определять необходимые внешние и внутренние ресурсы для достижения целей.
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	<p>Знать:</p> <p>технологии, используемые в профессиональной деятельности; источники информации о технологиях профессиональной деятельности.</p> <p>Уметь:</p> <p>анализировать производственную ситуацию;</p> <ul style="list-style-type: none"> – определять причины необходимости смены технологий или их усовершенствования.
ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.	<p>Знать:</p> <p>цели, задачи, принципы, объекты, субъекты, средства, методы и нормативно-правовую базу предпринимательской деятельности; действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов.</p> <p>Уметь:</p> <p>эффективность планирования предпринимательской деятельности в профессиональной сфере; работать с нормативными документами в области предпринимательской деятельности;</p> <ul style="list-style-type: none"> – безошибочно использовать нормативные акты в профессиональной деятельности
ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой,	<p>Знать:</p> <p>принципы делового и межличностного общения; лексический и грамматический минимум, необходимый для чтения и перевода иностранных</p>

<p>базовыми умениями общения на иностранном языке.</p>	<p>текстов.</p> <p>Уметь:</p> <p>общаться (устно и письменно) на иностранном языке на профессиональные и повседневные темы;</p> <p>эффективность использования информационно-коммуникационных технологий в профессиональной сфере;</p> <p>– устанавливать контакты с учетом межкультурных и этнических различий</p>
<p>ПК 3.1. Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка</p>	<p>Знать:</p> <p>структуру рекламного рынка.</p> <p>Уметь:</p> <p>проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей;</p> <p>анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп.</p> <p>Иметь практический опыт:</p> <p>– выявления требований целевых групп потребителей.</p>
<p>ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта</p>	<p>Знать:</p> <p>задачи, цели и общие требования к рекламе;</p> <p>основные направления рекламной деятельности;</p> <p>виды рекламной деятельности.</p> <p>Уметь:</p> <p>проводить сегментирование рынка;</p> <p>принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта.</p> <p>Иметь практический опыт:</p> <p>разработки средств продвижения рекламного продукта;</p> <p>разработки маркетинговой части бизнес-плана.</p>

3. Место практики в структуре образовательной программы

Программа производственной практики (по профилю специальности) является частью программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01 Реклама в части освоения квалификации:

_____ специалист по рекламе _____.

Производственная практика (по профилю специальности) ПП.03.01 входит в состав профессионального модуля ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта, являющегося частью профессионального цикла учебного плана выше названной специальности.

4. Объем практики

В соответствии с утвержденным учебным планом практика реализуется по очной форме обучения на 2 курсе.

Длительность практики составляет всего 2 недели или 72 часа.

5. Содержание практики

Тематический план и содержание производственной практики (по профилю специальности) по ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта

Код ПК	Вид деятельности	Виды работ	Количество часов	Уровень освоения
1	2	3	4	5
ПК 3.1.	Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта	Исследование предпочтений целевых групп потребителей	36	3
		Анализ результатов исследования предпочтений целевых групп		3
		Проведение сегментирования рынка		3
ПК 3.2.	Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта	Изучение маркетинговой деятельности рекламного предприятия	36	3
		Характеристика решений и средств, направленных на продвижение рекламного продукта		3
		Разработка средств продвижения рекламного продукта		3
		Разработка маркетинговой части бизнес-плана		3
Итого			72	

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

2 – репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством);

3 – продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач)

6. Формы отчетности по практике

В результате освоения программы производственной практики (по профилю специальности) студенты проходят промежуточную аттестацию в форме дифференцированного зачета.

Отчетные документы о прохождении производственной практики (по профилю специальности):

положительный аттестационный лист;

заполненный дневник практики, содержащий положительную характеристику студента;

отчет о практике, выполненный в соответствии с заданием на практику.

По результатам прохождения производственной практики (по профилю специальности) руководитель практики от образовательной организации составляет отчет.

7. Перечень учебно-методического и информационного обеспечения, необходимого для проведения практики

Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Основная литература			
Карпова, С. В.	Рекламное дело: учебник и практикум для среднего профессионального образования	Издательство Юрайт, 2023	https://urait.ru/book/reklamnoe-delo-511792
Дополнительная литература			
Фадеева, Е. Н.	Связи с общественностью: учебник и практикум для среднего профессионального образования	Издательство Юрайт, 2023	https://urait.ru/book/svyazi-s-obschestvennostyu-519425

8. Описание материально-технической базы, необходимой для проведения практики

8.1. Требования к материально-техническому обеспечению

Места проведения практики, предоставляемые на основе договоров с профильными организациями.

Оборудование предприятий и технологическое оснащение рабочих мест производственной практики (по профилю специальности) должно соответствовать содержанию профессиональной деятельности и давать возможность обучающемуся овладеть профессиональными компетенциями по всем видам деятельности, предусмотренными программой, с использованием современных технологий, материалов и оборудования.

8.2. Требования к организации производственной практики (по профилю специальности)

Производственная практика (по профилю специальности) по ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта проводится в организациях на

основе прямых договоров, заключаемых между ФГБОУ ВО «Алтайский государственный университет» и организациями.

Сроки проведения производственной практики (по профилю специальности) устанавливаются в соответствии с учебным планом при освоении профессионального модуля. Период проведения практики включается в график учебного процесса.

Организация (предприятие, учреждение, фирма) как база практики должно:

- иметь сферы деятельности, предусмотренные программой практики;
- располагать квалифицированными кадрами для руководства практикой.

Для прохождения практики студенту предоставляется право выбора базы практики. Базами практик являются действующие организации и учреждения любых форм собственности: рекламные агентства, компании, занимающиеся производством и реализацией продукции, распространением различных услуг, компаниях, занимающихся производством и реализацией продукции, распространением различных услуг, СМИ, маркетинговые отделы государственных и образовательных учреждений, а также крупные многоаспектные предприятия, имеющие отделы рекламы.

При прохождении практики в организациях трудоемкость для студентов составляет 36 часов в неделю.

Студенты при прохождении производственной практики (по профилю специальности) в организациях обязаны:

- полностью выполнять задания, предусмотренные программой практики;
- соблюдать действующие в организациях правила внутреннего трудового распорядка;
- изучать и строго соблюдать нормы охраны труда и правила пожарной безопасности.

Организацию и руководство практикой осуществляют руководители практики от Колледжа и от организации.

Направление на практику оформляется приказом по Университету за подписью первого проректора по УР с указанием закрепления каждого студента за организацией, вида и сроков прохождения практики, руководителя практики от Колледжа АлтГУ.

По результатам практики руководителями практики от Колледжа и от организации формируется аттестационный лист, содержащий сведения об уровне освоения обучающимся профессиональных компетенций. Руководитель практики от организации пишет характеристику на студента, отмечает полученные им навыки, отражающие уровень освоения профессиональных компетенций, уровень подготовки и профессиональные качества.

В процессе прохождения практики обучающиеся заполняют дневники практики, в которые ежедневно вносят записи о проделанной работе.

В том случае, если студент проходит практику в той организации, где нет возможности освоить навыки по выполнению какого-либо вида работ, он должен выполнить индивидуальное задание для полного освоения компетенций (индивидуальные задания представлены в Фонде оценочных средств).

8.3. Организация практики студентов с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

При выборе мест происхождения практики студентами с ОВЗ и инвалидами учитывается состояние их здоровья и доступность баз практики для данных обучающихся. При определении мест производственной практики (по профилю специальности) для студентов с ОВЗ и инвалидов должны учитываться рекомендации индивидуальной программы реабилитации и медико-социальной экспертизы, отраженные в индивидуальной программе реабилитации инвалида, относительно рекомендованных условий и видов труда.

На основании личного заявления студента практика может проводиться в структурных подразделениях университета.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Алтайский государственный университет»
Колледж Алтайского государственного университета

Утверждено:
решением ученого совета Университета
протокол № 04
от « 26 » 06 2023 г.

ПРОГРАММА

производственной практики (по профилю специальности)

(указать вид практики)

по ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта

программы подготовки специалистов среднего звена по специальности

42.02.01 Реклама

(код и наименование специальности)

Форма обучения очная

Барнаул 2023

1. Вид практики, способы и форма её проведения

Вид практики: производственная (по профилю специальности).

Способы проведения: стационарная.

Форма проведения практики: концентрированная.

2. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесённых с планируемыми результатами освоения ППСЗ

В результате освоения программы производственной практики (по профилю специальности) по ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта обучающийся:

Компетенция	Показатели
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	Знать: сущность и социальную значимость своей будущей профессии. Уметь: определять перспективы развития в профессиональной сфере; – проводить самоанализ профессиональной пригодности.
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	Знать: методы решения профессиональных задач. Уметь: прогнозировать результаты выполнения деятельности в соответствии с задачами; – оценивать результаты своей деятельности, их эффективность и качество.
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	Знать: причины возникновения нестандартных ситуаций. Уметь: оценивать причины возникновения нестандартных ситуаций; находить пути решения ситуации; прогнозировать развитие ситуации; – брать на себя ответственность за принятое решение.
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	Знать: принципы классификации информации. Уметь: выделять профессионально-значимую информацию; пользоваться разнообразной справочной литературой, электронными ресурсами; – определять соответствие информации поставленной задаче.
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	Знать: информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности. Уметь: предоставлять информацию в различных формах с использованием различного программного

	<p>обеспечения;</p> <ul style="list-style-type: none"> – использовать средства ИТ для обработки и хранения информации.
ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	<p>Знать:</p> <p>стили общения и корпоративную культуру.</p> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – выбирать стиль общения в соответствии с ситуацией, вести деловую беседу в соответствии с этическими нормами.
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий	<p>Знать:</p> <p>организацию выполняемых работ в соответствии с инструкциями.</p> <p>Уметь:</p> <p>ставить задачи перед коллективом; организовывать деятельность по выполнению ресурсов команды;</p> <ul style="list-style-type: none"> – осуществлять контроль в соответствии с поставленной задачей.
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	<p>Знать:</p> <p>перспективы профессионального и личностного развития.</p> <p>Уметь:</p> <p>анализировать собственные сильные и слабые стороны; определять этапы достижения поставленных целей;</p> <ul style="list-style-type: none"> – определять необходимые внешние и внутренние ресурсы для достижения целей.
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	<p>Знать:</p> <p>технологии, используемые в профессиональной деятельности; источники информации о технологиях профессиональной деятельности.</p> <p>Уметь:</p> <p>анализировать производственную ситуацию;</p> <ul style="list-style-type: none"> – определять причины необходимости смены технологий или их усовершенствования.
ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.	<p>Знать:</p> <p>цели, задачи, принципы, объекты, субъекты, средства, методы и нормативно-правовую базу предпринимательской деятельности; действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов.</p> <p>Уметь:</p> <p>эффективность планирования предпринимательской деятельности в профессиональной сфере; работать с нормативными документами в области предпринимательской деятельности;</p> <ul style="list-style-type: none"> – безошибочно использовать нормативные акты в профессиональной деятельности
ОК 11. Обладать экологической, информационной и	<p>Знать:</p> <p>принципы делового и межличностного общения; лексический и грамматический минимум,</p>

<p>коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.</p>	<p>необходимый для чтения и перевода иностранных текстов.</p> <p>Уметь:</p> <p>общаться (устно и письменно) на иностранном языке на профессиональные и повседневные темы;</p> <p>эффективность использования информационно-коммуникационных технологий в профессиональной сфере;</p> <p>– устанавливать контакты с учетом межкультурных и этнических различий</p>
<p>ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей</p>	<p>Знать:</p> <p>экономический механизм и экономические показатели деятельности рекламной организации;</p> <p>основные принципы работы организаций в условиях рыночной экономики.</p> <p>Уметь:</p> <p>составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта;</p> <p>работать с рекламой в средствах массовой информации.</p> <p>Иметь практический опыт:</p> <p>– планирования, разработки и технического исполнения рекламного проекта.</p>
<p>ПК 4.2. Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее</p>	<p>Знать:</p> <p>аспекты планирования рекламы.</p> <p>Уметь:</p> <p>проводить процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком;</p> <p>проводить презентацию рекламного продукта.</p> <p>Иметь практический опыт:</p> <p>– контролирования соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя.</p>
<p>ПК 4.3. Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт</p>	<p>Знать:</p> <p>пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов;</p> <p>основные федеральные законы и иные нормативные правовые акты, регламентирующие рекламную деятельность в Российской Федерации;</p> <p>этапы принятия и реализации управленческих решений;</p> <p>классификацию целей менеджмента.</p> <p>Уметь:</p> <p>подготавливать авторскую документацию для регистрации авторских прав.</p> <p>Иметь практический опыт:</p> <p>взаимодействия с субъектами рекламной деятельности;</p> <p>– подготовки документации для регистрации авторских прав.</p>

3. Место практики в структуре образовательной программы

Программа производственной практики (по профилю специальности) является частью программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01 Реклама в части освоения квалификации:

_____специалист по рекламе_____.

Производственная практика (по профилю специальности) ПП.04.01 входит в состав профессионального модуля ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта, являющегося частью профессионального цикла учебного плана выше названной специальности.

4. Объем практики

В соответствии с утвержденным учебным планом практика реализуется по очной форме обучения на 3 курсе.

Длительность практики составляет всего 4 недели или 144 часа.

5. Содержание практики

Тематический план и содержание производственной практики (по профилю специальности) по ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта

Код ПК	Вид деятельности	Виды работ	Количество часов	Уровень освоения	
1	2	3	4	5	
ПК 4.1.	Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта	Участие в планировании, разработке и техническом исполнении рекламного проекта	68	2	
		Участие в процедуре согласования макетов рекламного продукта с заказчиком		2	
		Работа с рекламой в средствах массовой информации		3	
		ПК 4.2.	Участие в презентации рекламного продукта	36	2
Составление планов и графиков деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта			3		
ПК 4.3		Изучение процедуры контроля соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя	40		2
		Изучение состава пакета документов для регистрации авторских прав			3
		Участие в подготовке документации для регистрации авторских прав		3	
			Использование способов защиты средств индивидуализации в РФ		3
Итого			144		

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

2 – репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством);

3 – продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач)

6. Формы отчетности по практике

В результате освоения программы производственной практики (по профилю специальности) студенты проходят промежуточную аттестацию в форме дифференцированного зачета.

Отчетные документы о прохождении производственной практики (по профилю специальности):

положительный аттестационный лист;

заполненный дневник практики, содержащий положительную характеристику студента;

отчет о практике, выполненный в соответствии с заданием на практику.

По результатам прохождения производственной практики (по профилю специальности) руководитель практики от образовательной организации составляет отчет.

7. Перечень учебно-методического и информационного обеспечения, необходимого для проведения практики

Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Основная литература			
Карпова, С. В.	Рекламное дело: учебник и практикум для среднего профессионального образования	Издательство Юрайт, 2023	https://urait.ru/book/reklamnoe-delo-511792
Дополнительная литература			
Фадеева, Е. Н.	Связи с общественностью: учебник и практикум для среднего профессионального образования	Издательство Юрайт, 2023	https://urait.ru/book/svyazi-s-obschestvennostyu-519425

8. Описание материально-технической базы, необходимой для проведения практики

8.1. Требования к материально-техническому обеспечению

Места проведения практики, предоставляемые на основе договоров с профильными организациями.

Оборудование предприятий и технологическое оснащение рабочих мест производственной практики (по профилю специальности) должно соответствовать содержанию профессиональной деятельности и давать возможность обучающемуся овладеть профессиональными компетенциями по всем видам деятельности, предусмотренными программой, с использованием современных технологий, материалов и оборудования.

8.2. Требования к организации производственной практики (по профилю специальности)

Производственная практика (по профилю специальности) по ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта проводится в организациях на

основе прямых договоров, заключаемых между ФГБОУ ВО «Алтайский государственный университет» и организациями.

Сроки проведения производственной практики (по профилю специальности) устанавливаются в соответствии с учебным планом при освоении профессионального модуля. Период проведения практики включается в график учебного процесса.

Организация (предприятие, учреждение, фирма) как база практики должно:

- иметь сферы деятельности, предусмотренные программой практики;
- располагать квалифицированными кадрами для руководства практикой.

Для прохождения практики студенту предоставляется право выбора базы практики. Базами практик являются действующие организации и учреждения любых форм собственности: рекламные агентства, компании, занимающиеся производством и реализацией продукции, распространением различных услуг, компаниях, занимающихся производством и реализацией продукции, распространением различных услуг, СМИ, маркетинговые отделы государственных и образовательных учреждений, а также крупные многоаспектные предприятия, имеющие отделы рекламы.

При прохождении практики в организациях трудоемкость для студентов составляет 36 часов в неделю.

Студенты при прохождении производственной практики (по профилю специальности) в организациях обязаны:

- полностью выполнять задания, предусмотренные программой практики;
- соблюдать действующие в организациях правила внутреннего трудового распорядка;
- изучать и строго соблюдать нормы охраны труда и правила пожарной безопасности.

Организацию и руководство практикой осуществляют руководители практики от Колледжа и от организации.

Направление на практику оформляется приказом по Университету за подписью первого проректора по УР с указанием закрепления каждого студента за организацией, вида и сроков прохождения практики, руководителя практики от Колледжа АлтГУ.

По результатам практики руководителями практики от Колледжа и от организации формируется аттестационный лист, содержащий сведения об уровне освоения обучающимся профессиональных компетенций. Руководитель практики от организации пишет характеристику на студента, отмечает полученные им навыки, отражающие уровень освоения профессиональных компетенций, уровень подготовки и профессиональные качества.

В процессе прохождения практики обучающиеся заполняют дневники практики, в которые ежедневно вносят записи о проделанной работе.

В том случае, если студент проходит практику в той организации, где нет возможности освоить навыки по выполнению какого-либо вида работ, он должен выполнить индивидуальное задание для полного освоения компетенций (индивидуальные задания представлены в Фонде оценочных средств).

8.3. Организация практики студентов с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

При выборе мест происхождения практики студентами с ОВЗ и инвалидами учитывается состояние их здоровья и доступность баз практики для данных обучающихся. При определении мест производственной практики (по профилю специальности) для студентов с ОВЗ и инвалидов должны учитываться рекомендации индивидуальной программы реабилитации и медико-социальной экспертизы, отраженные в индивидуальной программе реабилитации инвалида, относительно рекомендованных условий и видов труда.

На основании личного заявления студента практика может проводиться в структурных подразделениях университета.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Алтайский государственный университет»
Колледж Алтайского государственного университета

Утверждено:
решением ученого совета Университета
протокол № 04
от « 26 » 06 2023 г.

ПРОГРАММА

производственной практики (по профилю специальности)

(указать вид практики)

по ПМ.05 Выполнение работ по должности служащего Агент рекламный

программы подготовки специалистов среднего звена по специальности

42.02.01 Реклама

(код и наименование специальности)

Форма обучения очная

Барнаул 2023

1. Вид практики, способы и форма её проведения

Вид практики: производственная (по профилю специальности).

Способы проведения: стационарная.

Форма проведения практики: концентрированная.

2. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесённых с планируемыми результатами освоения ППСЗ

В результате освоения программы производственной практики (по профилю специальности) по ПМ.05 Выполнение работ по должности служащего Агент рекламный обучающийся:

Компетенция	Показатели
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	Знать: сущность и социальную значимость своей будущей профессии. Уметь: определять перспективы развития в профессиональной сфере; – проводить самоанализ профессиональной пригодности.
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	Знать: методы решения профессиональных задач. Уметь: прогнозировать результаты выполнения деятельности в соответствии с задачами; – оценивать результаты своей деятельности, их эффективность и качество.
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	Знать: причины возникновения нестандартных ситуаций. Уметь: оценивать причины возникновения нестандартных ситуаций; находить пути решения ситуации; прогнозировать развитие ситуации; – брать на себя ответственность за принятое решение.
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	Знать: принципы классификации информации. Уметь: выделять профессионально-значимую информацию; пользоваться разнообразной справочной литературой, электронными ресурсами; – определять соответствие информации поставленной задаче.
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	Знать: информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности. Уметь: предоставлять информацию в различных формах с использованием различного программного обеспечения;

	<ul style="list-style-type: none"> – использовать средства ИТ для обработки и хранения информации.
ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	<p>Знать:</p> <p>стили общения и корпоративную культуру.</p> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – выбирать стиль общения в соответствии с ситуацией, вести деловую беседу в соответствии с этическими нормами.
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий	<p>Знать:</p> <p>организацию выполняемых работ в соответствии с инструкциями.</p> <p>Уметь:</p> <p>ставить задачи перед коллективом; организовывать деятельность по выполнению ресурсов команды;</p> <ul style="list-style-type: none"> – осуществлять контроль в соответствии с поставленной задачей.
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	<p>Знать:</p> <p>перспективы профессионального и личностного развития.</p> <p>Уметь:</p> <p>анализировать собственные сильные и слабые стороны; определять этапы достижения поставленных целей; определять необходимые внешние и внутренние ресурсы для достижения целей.</p>
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	<p>Знать:</p> <p>технологии, используемые в профессиональной деятельности; источники информации о технологиях профессиональной деятельности.</p> <p>Уметь:</p> <p>анализировать производственную ситуацию; определять причины необходимости смены технологий или их усовершенствования.</p>
ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.	<p>Знать:</p> <p>цели, задачи, принципы, объекты, субъекты, средства, методы и нормативно-правовую базу предпринимательской деятельности; действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов.</p> <p>Уметь:</p> <p>эффективность планирования предпринимательской деятельности в профессиональной сфере; работать с нормативными документами в области предпринимательской деятельности; безошибочно использовать нормативные акты в профессиональной деятельности</p>
ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой,	<p>Знать:</p> <p>принципы делового и межличностного общения; лексический и грамматический минимум, необходимый для чтения и перевода иностранных</p>

<p>базовыми умениями общения на иностранном языке.</p>	<p>текстов. Уметь: общаться (устно и письменно) на иностранном языке на профессиональные и повседневные темы; эффективность использования информационно-коммуникационных технологий в профессиональной сфере; устанавливать контакты с учетом межкультурных и этнических различий</p>
<p>ПК 3.1. Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка</p>	<p>Знать: структуру рекламного рынка. Уметь: проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей; анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп. Иметь практический опыт: – выявления требований целевых групп потребителей.</p>
<p>ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта</p>	<p>Знать: задачи, цели и общие требования к рекламе; основные направления рекламной деятельности; виды рекламной деятельности. Уметь: проводить сегментирование рынка; принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта. Иметь практический опыт: разработки средств продвижения рекламного продукта; разработки маркетинговой части бизнес-плана.</p>

3. Место практики в структуре образовательной программы

Программа производственной практики (по профилю специальности) является частью программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01 Реклама в части освоения квалификации:

_____ специалист по рекламе _____.

Производственная практика (по профилю специальности) ПП.05.01 входит в состав профессионального модуля ПМ.05 Выполнение работ по должности служащего Агент рекламный, являющегося частью профессионального цикла учебного плана выше названной специальности.

4. Объем практики

В соответствии с утвержденным учебным планом практика реализуется по очной форме обучения на 3 курсе.

Длительность практики составляет всего 10 недель или 360 часов.

5. Содержание практики

Тематический план и содержание производственной практики (по профилю специальности) по ПМ.05 Выполнение работ по должности служащего Агент рекламный

Код ПК	Вид деятельности	Виды работ	Количество часов	Уровень освоения
1	2	3	4	5
ПК 3.1.	Выполнение работ по должности служащего Агент рекламный	Анализ целевой аудитории для вывода на рынок нового товара (по заказу рекламодателя)	130	3
		Составление портрета потребителя с основными социальными, психологическими и потребительскими характеристиками		
		Разработка оригинального креативного рекламного решения, соответствующего указанному портрету потребителя		
		Разработка сценария работы с фокус-группой		
ПК 3.2.		Поиск клиентов, консультирование клиента по предлагаемому товару, услуге	130	3
		Определение цели и концепции рекламной кампании		
		Разработка стратегии и тактики проведения рекламной кампании		
		Выбор средств распространения рекламного продукта, времени и способов размещения в СМИ		
	Подготовка текста рекламного объявления по рекламному продукту с учетом обязательных требований к рекламе, закрепленных ФЗ «О рекламе»			
	Разработка маркетингового раздела бизнес-плана			
	Расчет бюджета рекламной кампании			
Заклучение договоров, ведение отчетности				
Итого			360	

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

2 – репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством);

3 – продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач)

6. Формы отчетности по практике

В результате освоения программы производственной практики (по профилю специальности) студенты проходят промежуточную аттестацию в форме дифференцированного зачета.

Отчетные документы о прохождении производственной практики (по профилю специальности):

положительный аттестационный лист;

заполненный дневник практики, содержащий положительную характеристику студента;

отчет о практике, выполненный в соответствии с заданием на практику.

По результатам прохождения производственной практики (по профилю специальности) руководитель практики от образовательной организации составляет отчет.

7. Перечень учебно-методического и информационного обеспечения, необходимого для проведения практики

Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Основная литература			
Карпова, С. В.	Рекламное дело: учебник и практикум для среднего профессионального образования	Издательство Юрайт, 2023	https://urait.ru/book/reklamno-e-delo-511792
Дополнительная литература			
Фадеева, Е. Н.	Связи с общественностью: учебник и практикум для среднего профессионального образования	Издательство Юрайт, 2023	https://urait.ru/book/svyazi-s-obschestvennostyu-519425

8. Описание материально-технической базы, необходимой для проведения практики

8.1. Требования к материально-техническому обеспечению

Места проведения практики, предоставляемые на основе договоров с профильными организациями.

Оборудование предприятий и технологическое оснащение рабочих мест производственной практики (по профилю специальности) должно соответствовать содержанию профессиональной деятельности и давать возможность обучающемуся овладеть профессиональными компетенциями по всем видам деятельности, предусмотренными программой, с использованием современных технологий, материалов и оборудования.

8.2. Требования к организации производственной практики (по профилю специальности)

Производственная практика (по профилю специальности) по ПМ.05 Выполнение работ по должности служащего Агент рекламный проводится в организациях на основе прямых договоров, заключаемых между ФГБОУ ВО «Алтайский государственный университет» и организациями.

Сроки проведения производственной практики (по профилю специальности) устанавливаются в соответствии с учебным планом при освоении профессионального модуля. Период проведения практики включается в график учебного процесса.

Организация (предприятие, учреждение, фирма) как база практики должно:

- иметь сферы деятельности, предусмотренные программой практики;
- располагать квалифицированными кадрами для руководства практикой.

Для прохождения практики студенту предоставляется право выбора базы практики. Базами практик являются действующие организации и учреждения любых форм собственности: рекламные агентства, компании, занимающиеся производством и реализацией продукции, распространением различных услуг, компаниях, занимающихся производством и реализацией продукции, распространением различных услуг, СМИ, маркетинговые отделы государственных и образовательных учреждений, а также крупные многоаспектные предприятия, имеющие отделы рекламы.

При прохождении практики в организациях трудоемкость для студентов составляет 36 часов в неделю.

Студенты при прохождении производственной практики (по профилю специальности) в организациях обязаны:

- полностью выполнять задания, предусмотренные программой практики;
- соблюдать действующие в организациях правила внутреннего трудового распорядка;
- изучать и строго соблюдать нормы охраны труда и правила пожарной безопасности.

Организацию и руководство практикой осуществляют руководители практики от Колледжа и от организации.

Направление на практику оформляется приказом по Университету за подписью первого проректора по УР с указанием закрепления каждого студента за организацией, вида и сроков прохождения практики, руководителя практики от Колледжа АлтГУ.

По результатам практики руководителями практики от Колледжа и от организации формируется аттестационный лист, содержащий сведения об уровне освоения обучающимся профессиональных компетенций. Руководитель практики от организации пишет характеристику на студента, отмечает полученные им навыки, отражающие уровень освоения профессиональных компетенций, уровень подготовки и профессиональные качества.

В процессе прохождения практики обучающиеся заполняют дневники практики, в которые ежедневно вносят записи о проделанной работе.

В том случае, если студент проходит практику в той организации, где нет возможности освоить навыки по выполнению какого-либо вида работ, он должен выполнить индивидуальное задание для полного освоения компетенций (индивидуальные задания представлены в Фонде оценочных средств).

8.3. Организация практики студентов с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

При выборе мест происхождения практики студентами с ОВЗ и инвалидами учитывается состояние их здоровья и доступность баз практики для данных обучающихся. При определении мест производственной практики (по профилю специальности) для студентов с ОВЗ и инвалидов должны учитываться рекомендации индивидуальной программы реабилитации и медико-социальной экспертизы, отраженные в индивидуальной программе реабилитации инвалида, относительно рекомендованных условий и видов труда.

На основании личного заявления студента практика может проводиться в структурных подразделениях университета.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Алтайский государственный университет»
Колледж Алтайского государственного университета

Утверждено:
решением ученого совета Университета
протокол № 04
от « 26 » 06 _____ 2023 г.

ПРОГРАММА

производственной практики (преддипломной)

(указать вид практики)

программы подготовки специалистов среднего звена по специальности

42.02.01 Реклама

(код и наименование специальности)

Форма обучения очная

Барнаул 2023

1. Вид практики, способы и форма её проведения

Вид практики: производственная (преддипломная).

Способы проведения: стационарная.

Форма проведения практики: концентрированная.

2. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесённых с планируемыми результатами освоения ППСЗ

В результате освоения программы производственной практики (преддипломной) обучающийся:

Компетенция	Показатели
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	Знать: сущность и социальную значимость своей будущей профессии. Уметь: определять перспективы развития в профессиональной сфере; – проводить самоанализ профессиональной пригодности.
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	Знать: методы решения профессиональных задач. Уметь: прогнозировать результаты выполнения деятельности в соответствии с задачами; – оценивать результаты своей деятельности, их эффективность и качество.
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	Знать: причины возникновения нестандартных ситуаций. Уметь: оценивать причины возникновения нестандартных ситуаций; находить пути решения ситуации; прогнозировать развитие ситуации; – брать на себя ответственность за принятое решение.
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	Знать: принципы классификации информации. Уметь: выделять профессионально-значимую информацию; пользоваться разнообразной справочной литературой, электронными ресурсами; – определять соответствие информации поставленной задаче.
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	Знать: информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности. Уметь: предоставлять информацию в различных формах с использованием различного программного обеспечения;

	<ul style="list-style-type: none"> – использовать средства ИТ для обработки и хранения информации.
ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	<p>Знать: стили общения и корпоративную культуру.</p> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – выбирать стиль общения в соответствии с ситуацией, вести деловую беседу в соответствии с этическими нормами.
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий	<p>Знать: организацию выполняемых работ в соответствии с инструкциями.</p> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – ставить задачи перед коллективом; организовывать деятельность по выполнению ресурсов команды; – осуществлять контроль в соответствии с поставленной задачей.
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	<p>Знать: перспективы профессионального и личностного развития.</p> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – анализировать собственные сильные и слабые стороны; определять этапы достижения поставленных целей; – определять необходимые внешние и внутренние ресурсы для достижения целей.
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	<p>Знать: технологии, используемые в профессиональной деятельности; источники информации о технологиях профессиональной деятельности.</p> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – анализировать производственную ситуацию; – определять причины необходимости смены технологий или их усовершенствования.
ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.	<p>Знать: цели, задачи, принципы, объекты, субъекты, средства, методы и нормативно-правовую базу предпринимательской деятельности; действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов.</p> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – эффективность планирования предпринимательской деятельности в профессиональной сфере; работать с нормативными документами в области предпринимательской деятельности; – безошибочно использовать нормативные акты в профессиональной деятельности
ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой,	<p>Знать: принципы делового и межличностного общения; лексический и грамматический минимум, необходимый для чтения и перевода иностранных</p>

<p>базовыми умениями общения на иностранном языке.</p>	<p>текстов.</p> <p>Уметь:</p> <p>общаться (устно и письменно) на иностранном языке на профессиональные и повседневные темы;</p> <p>эффективность использования информационно-коммуникационных технологий в профессиональной сфере;</p> <p>– устанавливать контакты с учетом межкультурных и этнических различий</p>
<p>ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей</p>	<p>Знать:</p> <p>методологию поиска новых идей в рекламе.</p> <p>Уметь:</p> <p>осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги.</p> <p>Иметь практический опыт:</p> <p>– выбора художественной формы реализации рекламной идеи.</p>
<p>ПК 1.2. Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы</p>	<p>Знать:</p> <p>выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы;</p> <p>композицию, шрифтовую и художественную графики в рекламе.</p> <p>Уметь:</p> <p>использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы;</p> <p>разрабатывать композиционное решение рекламного продукта.</p> <p>Иметь практический опыт:</p> <p>– создания визуального образа с рекламными функциями.</p>
<p>ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты</p>	<p>Знать:</p> <p>методы проектирования рекламного продукта.</p> <p>Уметь:</p> <p>разрабатывать композиционное решение рекламного продукта.</p> <p>Иметь практический опыт:</p> <p>разработки авторских рекламных проектов;</p> <p>– художественного конструирования рекламных продуктов по заданию.</p>
<p>ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений</p>	<p>Знать:</p> <p>приемы и принципы составления рекламного текста.</p> <p>Уметь:</p> <p>составлять рекламные тексты.</p> <p>Иметь практический опыт:</p> <p>– составления и оформления текстов рекламных объявлений на основе технологического задания.</p>
<p>ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями</p>	<p>Знать:</p> <p>методы психологического воздействия на потребителя.</p> <p>Уметь:</p> <p>разрабатывать визуальные образы для рекламного</p>

	<p>продукта.</p> <p>Иметь практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> – создания визуального образа с рекламными функциями.
<p>ПК 2.1. Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы</p>	<p>Знать:</p> <p>технику, технологии и технические средства фотосъемки в рекламе;</p> <p>технику, технологии и технические средства видеосъемки в рекламе.</p> <p>Уметь:</p> <p>осуществлять фотосъемку для производства рекламного продукта;</p> <p>осуществлять видеосъемку для производства рекламного продукта;</p> <p>Иметь практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> – выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта.
<p>ПК 2.2. Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии</p>	<p>Знать:</p> <p>технические и программные средства для создания печатного рекламного продукта;</p> <p>технические и программные средства для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации.</p> <p>Уметь:</p> <p>использовать компьютерные технологии при создании печатного рекламного продукта;</p> <p>разрабатывать сценарии для съемок и монтажа рекламы.</p> <p>Иметь практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> – построения модели (макета, сценария) объекта с учетом выбранной технологии.
<p>ПК 2.3. Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале</p>	<p>Знать:</p> <p>этапы производства рекламного продукта;</p> <p>технологии создания Интернет-рекламы;</p> <p>аппаратное и программное обеспечение.</p> <p>Уметь:</p> <p>использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки графики, аудио-, видео-, анимации;</p> <p>использовать мультимедийные и web-технологии для разработки и внедрения рекламного продукта</p> <p>Иметь практический опыт:</p> <p>подготовки к производству рекламного продукта;</p> <ul style="list-style-type: none"> – производства рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков
<p>ПК 3.1. Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка</p>	<p>Знать:</p> <p>структуру рекламного рынка.</p> <p>Уметь:</p> <p>проводить исследования предпочтений целевых групп</p>

	<p>потребителей; анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп.</p> <p>Иметь практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> – выявления требований целевых групп потребителей.
ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта	<p>Знать:</p> <p>задачи, цели и общие требования к рекламе; основные направления рекламной деятельности; виды рекламной деятельности.</p> <p>Уметь:</p> <p>проводить сегментирование рынка; принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта.</p> <p>Иметь практический опыт:</p> <p>разработки средств продвижения рекламного продукта;</p> <ul style="list-style-type: none"> – разработки маркетинговой части бизнес-плана.
ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей	<p>Знать:</p> <p>экономический механизм и экономические показатели деятельности рекламной организации; основные принципы работы организаций в условиях рыночной экономики.</p> <p>Уметь:</p> <p>составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта;</p> <p>работать с рекламой в средствах массовой информации.</p> <p>Иметь практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> – планирования, разработки и технического исполнения рекламного проекта.
ПК 4.2. Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее	<p>Знать:</p> <p>аспекты планирования рекламы.</p> <p>Уметь:</p> <p>проводить процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком; проводить презентацию рекламного продукта.</p> <p>Иметь практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> – контролирования соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя.
ПК 4.3. Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт	<p>Знать:</p> <p>пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов; основные федеральные законы и иные нормативные правовые акты, регламентирующие рекламную деятельность в Российской Федерации; этапы принятия и реализации управленческих решений; классификацию целей менеджмента.</p> <p>Уметь:</p> <p>подготавливать авторскую документацию для регистрации авторских прав.</p>

	Иметь практический опыт: взаимодействия с субъектами рекламной деятельности; – подготовки документации для регистрации авторских прав.
--	--

3. Место практики в структуре образовательной программы

Программа производственной практики (преддипломной) является частью программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 42.02.01 Реклама в части освоения квалификации:

_____ специалист по рекламе _____.

4. Объем практики

В соответствии с утвержденным учебным планом практика реализуется по очной форме обучения на 3 курсе.

Длительность практики составляет всего 4 недели или 144 часа.

5. Содержание практики

Тематический план и содержание производственной практики (преддипломной)

Наименование тем практики	Виды работ	Количество часов 4
2	3	
Общее количество часов		144
в том числе:		
1. Инструктаж по технике безопасности	Ознакомление с объектом практики, режимом работы, работой структурных подразделений, инструктаж и проверка знаний по охране труда, технике безопасности и противопожарной защите. Ознакомление с графиком прохождения практики	4
2. Обсуждение организационных вопросов с руководителем практики от организации	Обсуждение и уточнение индивидуального задания по теме ВКР	2
3. Ознакомление с видами деятельности и общей структурой организации	Общие сведения о предприятии, учредительные документы, виды деятельности, подразделения организации, производственная и организационная структура организации, функциональные взаимосвязи подразделений и служб. Организация рекламной деятельности на предприятии.	8
4. Непосредственное участие в работе организации	Выполнение заданий руководителя практики от организации на рабочем месте, изучение опыта работы предприятия в вопросах разработки и продвижения рекламы	72
5. Выполнение индивидуального задания по теме выпускной квалификационной работы	Выполнение индивидуального задания по теме выпускной квалификационной работы, а именно: разработка и создание рекламной продукции; производство рекламной продукции; выполнение работ по маркетинговому и правовому обеспечению реализации рекламного продукта; организация и управление процессом изготовления рекламного продукта.	26
6. Систематизация материалов, собранных для написания выпускной квалификационной работы	Сбор, оценка, обработка, систематизация практического материала для выполнения выпускной квалификационной работы.	22

7.	Написание отчета по практике	Написание отчета по производственной практике (преддипломной), защита отчета.	10
----	------------------------------	---	----

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

2 – репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством);

3 – продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач)

6. Формы отчетности по практике

В результате освоения программы производственной практики (преддипломной) студенты проходят промежуточную аттестацию в форме дифференцированного зачета.

Отчетные документы о прохождении производственной практики (преддипломной):

положительный аттестационный лист;

заполненный дневник практики, содержащий положительную характеристику студента;

отчет о практике, выполненный в соответствии с заданием на практику.

По результатам прохождения производственной практики (преддипломной) руководители практики от образовательной организации составляют отчет.

7. Перечень учебно-методического и информационного обеспечения, необходимого для проведения практики

Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Основная литература			
Карпова, С. В.	Рекламное дело: учебник и практикум для среднего профессионального образования	Издательство Юрайт, 2023	https://urait.ru/book/reklamno-e-delo-511792
Дополнительная литература			
Поляков, В. А.	Реклама: разработка и технологии производства: учебник и практикум для среднего профессионального образования	Издательство Юрайт, 2023	https://urait.ru/book/reklama-razrabotka-i-tehnologii-proizvodstva-517937

8. Описание материально-технической базы, необходимой для проведения практики

8.1. Требования к материально-техническому обеспечению

Места проведения практики, предоставляемые на основе договоров с профильными организациями.

Оборудование предприятий и технологическое оснащение рабочих мест производственной практики (преддипломной) должно соответствовать содержанию профессиональной деятельности и давать возможность обучающемуся овладеть профессиональными компетенциями по всем видам деятельности, предусмотренными программой, с использованием современных технологий, материалов и оборудования.

8.2. Требования к организации производственной практики (преддипломной)

В процессе прохождения производственной практики (преддипломной) студенты выполняют индивидуальные задания, которые соответствуют Заданию на выполнение выпускной квалификационной работы. Индивидуальное задание содержит конкретные вопросы, которые детально разрабатываются студентом.

Преддипломная практика должна проводиться в организациях, направление деятельности которых соответствует профилю подготовки обучающихся на основе

договоров, заключаемых между ФГБОУ ВО «Алтайский государственный университет» и организациями.

В период прохождения практики обучающиеся могут зачисляться на вакантные должности, если работа соответствует требованиям программы производственной практики (преддипломной).

Обучающиеся, совмещающие обучение с трудовой деятельностью, вправе проходить преддипломную практику в организации по месту работы, в случаях, если осуществляемая ими профессиональная деятельность соответствует целям практики.

Продолжительность рабочего дня обучающихся не превышает продолжительность рабочего дня, установленного трудовым законодательством для соответствующих категорий работников.

8.3. Организация практики студентов с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

При выборе мест происхождения практики студентами с ОВЗ и инвалидами учитывается состояние их здоровья и доступность баз практики для данных обучающихся. При определении мест производственной практики (преддипломной) для студентов с ОВЗ и инвалидов должны учитываться рекомендации индивидуальной программы реабилитации и медико-социальной экспертизы, отраженные в индивидуальной программе реабилитации инвалида, относительно рекомендованных условий и видов труда.

На основании личного заявления студента практика может проводиться в структурных подразделениях университета.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Алтайский государственный университет»
Колледж Алтайского государственного университета
Отделение природопользования, сервиса и туризма

УТВЕРЖДЕНО
решением ученого совета АлтГУ
протокол № 04
от « 26 » 06 2023 г.

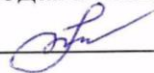
ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по учебной и производственной практике (по профилю специальности)
программы подготовки специалистов среднего звена по специальности

42.02.01 Реклама

(код и наименование специальности)

Разработчик(и):

Прусова И.М.,
преподаватель, высшая к.к.



Одобрено на заседании отделения
природопользования, сервиса и туризма

Протокол № 05 от « 21 » 02 2023 г.

Согласовано:

Представитель организации-работодателя

М.П. Соклаков, директор ООО «Медиагруппа
«ФМ-Продакшн»

(Фамилия И.О., должность)



(подпись)



Барнаул 2023

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Алтайский государственный университет»
Колледж Алтайского государственного университета
Отделение природопользования, сервиса и туризма

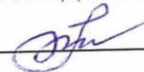
УТВЕРЖДЕНО
решением ученого совета АлтГУ
протокол № 04
от «26» 06 2023 г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по учебной практике
по ПМ.01 Разработка и создание дизайнера рекламной продукции

программы подготовки специалистов среднего звена по специальности

42.02.01 Реклама
(код и наименование специальности)

Разработчик:
Прусова И.М.,
преподаватель, высшая к.к.



Одобрено на заседании отделения
природопользования, сервиса и туризма

Протокол № 05 от «21» 02 2023 г.

Согласовано:

Представитель организации-работодателя
М.П. Соклаков, директор ООО «Медиагруппа
«ФМ-Продакшн»

(Фамилия И.О., должность)

(подпись)



Барнаул 2023

ПАСПОРТ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Перечень формируемых 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.
- 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.

Сформированность вышеперечисленных компетенций предполагает следующие результаты прохождения учебной практики по ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции:

Компетенция	Планируемые результаты практики	Наименование оценочного средства
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	Знать: сущность и социальную значимость своей будущей профессии. Уметь: определять перспективы развития в профессиональной сфере; проводить самоанализ профессиональной пригодности.	Устный опрос №1 Практическое задание № 1 Практическое задание № 2 Практическое задание № 3 Проект Практическое задание № 5

<p>ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество</p>	<p>Знать: методы решения профессиональных задач.</p> <p>Уметь: прогнозировать результаты выполнения деятельности в соответствии с задачами; оценивать результаты своей деятельности, их эффективность и качество.</p>	<p>Практическое задание № 1 Практическое задание № 2 Практическое задание № 3 Проект Практическое задание № 5</p>
<p>ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность</p>	<p>Знать: причины возникновения нестандартных ситуаций.</p> <p>Уметь: оценивать причины возникновения нестандартных ситуаций; находить пути решения ситуации; прогнозировать развитие ситуации; брать на себя ответственность за принятое решение.</p>	<p>Практическое задание № 3 Проект</p>
<p>ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития</p>	<p>Знать: принципы классификации информации.</p> <p>Уметь: выделять профессионально-значимую информацию; пользоваться разнообразной справочной литературой, электронными ресурсами; определять соответствие информации поставленной задаче.</p>	<p>Практическое задание № 1 Практическое задание № 2 Проект Практическое задание № 5 Практическое задание № 6</p>
<p>ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности</p>	<p>Знать: информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.</p> <p>Уметь: предоставлять информацию в различных формах с использованием различного программного обеспечения; использовать средства ИТ для обработки и хранения информации.</p>	<p>Практическое задание № 2 Проект Практическое задание № 5</p>
<p>ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями</p>	<p>Знать: стили общения и корпоративную культуру.</p> <p>Уметь: выбирать стиль общения в соответствии с ситуацией, вести деловую беседу в соответствии с</p>	<p>Практическое задание № 3</p>

	этическими нормами.	
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий	<p>Знать: организацию выполняемых работ в соответствии с инструкциями.</p> <p>Уметь: ставить задачи перед коллективом; организовывать деятельность по выполнению ресурсов команды; осуществлять контроль в соответствии с поставленной задачей.</p>	Практическое задание № 3
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	<p>Знать: перспективы профессионального и личностного развития.</p> <p>Уметь: анализировать собственные сильные и слабые стороны; определять этапы достижения поставленных целей; определять необходимые внешние и внутренние ресурсы для достижения целей.</p>	Проект
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	<p>Знать: технологии, используемые в профессиональной деятельности; источники информации о технологиях профессиональной деятельности.</p> <p>Уметь: анализировать производственную ситуацию; определять причины необходимости смены технологий или их усовершенствования.</p>	Практическое задание № 2 Проект
ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.	<p>Знать: цели, задачи, принципы, объекты, субъекты, средства, методы и нормативно-правовую базу предпринимательской деятельности; действующие законодательство и обязательные требования нормативных документов.</p> <p>Уметь: эффективность планирования предпринимательской деятельности в профессиональной сфере; работать с нормативными документами в области предпринимательской деятельности;</p>	Проект

	безошибочно использовать нормативные акты в профессиональной деятельности	
ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.	<p>Знать:</p> <p>принципы делового и межличностного общения; лексический и грамматический минимум, необходимый для чтения и перевода иностранных текстов.</p> <p>Уметь:</p> <p>общаться (устно и письменно) на иностранном языке на профессиональные и повседневные темы; эффективность использования информационно-коммуникационных технологий в профессиональной сфере; устанавливать контакты с учетом межкультурных и этнических различий</p>	Проект
ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей	<p>Знать:</p> <p>методологию поиска новых идей в рекламе.</p> <p>Уметь:</p> <p>осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги.</p> <p>Иметь практический опыт:</p> <p>выбора художественной формы реализации рекламной идеи.</p>	Устный опрос №1 Практическое задание № 1
ПК 1.2. Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы	<p>Знать:</p> <p>выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы; композицию, шрифтовую и художественную графику в рекламе.</p> <p>Уметь:</p> <p>использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы; разрабатывать композиционное решение рекламного продукта.</p> <p>Иметь практический опыт:</p> <p>создания визуального образа с рекламными функциями.</p>	Практическое задание № 2 Практическое задание № 3

<p>ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты</p>	<p>Знать: методы проектирования рекламного продукта.</p> <p>Уметь: разрабатывать композиционное решение рекламного продукта.</p> <p>Иметь практический опыт: разработки авторских рекламных проектов; художественного конструирования рекламных продуктов по заданию.</p>	<p>Проект</p>
<p>ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений</p>	<p>Знать: приемы и принципы составления рекламного текста.</p> <p>Уметь: составлять рекламные тексты.</p> <p>Иметь практический опыт: составления и оформления текстов рекламных объявлений на основе технологического задания.</p>	<p>Устный опрос №2 Практическое задание № 4 Практическое задание № 5</p>
<p>ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями</p>	<p>Знать: методы психологического воздействия на потребителя.</p> <p>Уметь: разрабатывать визуальные образы для рекламного продукта.</p> <p>Иметь практический опыт: создания визуального образа с рекламными функциями.</p>	<p>Устный опрос №3 Практическое задание № 6</p>

I ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ ПО ПРАКТИКЕ

Типовые контрольные задания, необходимые для оценки планируемых результатов учебной практики по ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции соответствуют видам работ, определенным в РП профессионального модуля:

→ **ОЦЕНОЧНОЕ СРЕДСТВО** Устный опрос № 1

1. **Цель:** освоить необходимые компетенции по виду работ «Поиск идей при создании рекламного продукта, услуги»
2. **Проверяемые компетенции (код):** ОК. 1, ПК.1.1.
3. **Пример оценочного средства:**
Устный опрос проводится на основе анализа рекламных видеороликов и других рекламных продуктов.
 1. Перечислите основные законы создания рекламного видеоролика (на конкретном примере). Опишите основную концепцию
 2. Перечислите основные законы создания рекламного плаката (на конкретном примере). Опишите основную концепцию
 3. Каковы этапы разработки креативной концепции?
 4. Что такое «концепция»?
 5. Что такое «идея»?
 6. Каковы этапы поиска творческого решения?
 7. Какова роль этапа инкубации идеи?
 8. В чем сущность этапа оценки творческой идеи?
 9. В рамках какого метода поиска творческих решений используются прямая аналогия, символическая аналогия, фантастическая аналогия, личная аналогия?
 10. В чем сущность такого метода поиска творческих решений как, «мозговой штурм»?

4. **Критерии оценивания** (по 100-балльной системе оценивания):

Уровень освоения	Критерии
85-100 баллов (оценка «отлично»)	Выставляется студенту, если он полно излагает материал (отвечает на вопрос), дает правильное определение основных понятий; обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике; излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка.
70-84 баллов (оценка «хорошо»)	Выставляется студенту, если он полно излагает материал (отвечает на вопрос), дает правильное определение основных понятий; обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры; излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка. Допускает одну-две ошибки, которые сам же исправляет и 1-2 недочета в последовательности и языковом оформлении излагаемого материала.
50-69 баллов (оценка «удовлетворительно»)	Выставляется студенту, если он обнаруживает знание и понимание основных положений данной темы, но излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; излагает материал непоследовательно и допускает ошибки

	в языковом оформлении.
0-49 баллов (оценка «неудовлетворительно»)	Выставляется студенту, если он обнаруживает незнание большей части соответствующего вопроса, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал. Отмечаются такие недостатки в подготовке, которые являются серьезным препятствием к успешному овладению последующим материалом.

→ **ОЦЕНОЧНОЕ СРЕДСТВО Практическое задание № 1**

1. **Цель:** освоить необходимые компетенции по виду работ «Поиск различных идей при создании рекламного продукта, услуги».
2. **Проверяемые компетенции (код):** ОК. 1, ОК. 2, ОК. 4, ПК.1.1.
3. **Пример оценочного средства:** Разработка креативной концепции рекламного продукта (социальной рекламы, рекламы торговой марки).

Проблема: пренебрежение людей к здоровому образу жизни и связанный с этим низкий уровень физической активности; при появлении проблем со здоровьем – надежда на лекарственные средства.

Задача: формирование представления о физкультуре как способе профилактики многих заболеваний.

Решить задачу, используя синектический метод личной аналогии.

Проблема: лень мешает человеку в его возможных достижениях.

Задача: формирование осознания того, что у каждого есть скрытые способности и, победив лень, можно многого достичь в жизни.

Решить задачу, используя метод фокальных объектов.

Проблема: торговая марка кондитерских изделий хочет сформировать имидж не только вкусной, но и полезной продукции, но многие потребители считают, что сладкое и мучное не очень полезно для здоровья.

Задача: сформировать представление о том, что хорошее настроение, которое создает эта продукция, улучшает отношение к жизни и перевешивает возможные негативные факторы.

Решить задачу, используя метод синектики по типу фантастической аналогии.

4. **Критерии оценивания (по 100-балльной системе оценивания):**

Уровень освоения	Критерии
85-100 баллов (оценка «отлично»)	Выставляется студенту, если им была найдена оригинальная идея подачи рекламного продукта. Задача была решена на основе предложенного метода. Представление концепции сопровождается таблицами (схемами), эскизными вариантами.
70-84 баллов (оценка «хорошо»)	Выставляется студенту, если им была найдена хорошая идея подачи рекламного продукта, однако она не является оригинальной. Задача была решена на основе предложенного метода. Представление концепции сопровождается таблицами (схемами), эскизными вариантами.
50-69 баллов (оценка	Выставляется студенту, если студентом была найдена идея подачи рекламного продукта, однако она часто используется в подобных

«удовлетворительно»)	рекламных проетках. Задача была решена на основе предложенного метода. Представление концепции не сопровождалось таблицами (схемами), эскизными вариантами.
0-49 баллов (оценка «неудовлетворительно»)	Выставляются студенту, если в представленной работе неправильно выполнена последовательность. Предложенный метод поиска идей не был использован. Качество исполнения работы низкое.

→ **ОЦЕНОЧНОЕ СРЕДСТВО Практическое задание № 2**

- 1. Цель:** освоить необходимые компетенции по виду работ «Разработка композиционного решения рекламного продукта».
- 2. Проверяемые компетенции (код):** ОК. 1, ОК. 2, ОК. 4, ОК. 5, ОК. 9, ПК.1.2.
- 3. Пример оценочного средства:**
 Разработка рекламного плаката. Перед выполнением задания, преподаватель конкретизирует рекламный плакат какого продукта (товара, услуги) будет разрабатывать студент.
 Рекламный плакат разрабатываются в графических программах Adobe Illustrator или Corel Draw, формат – А3.



4. Критерии оценивания (по 100-балльной системе оценивания):

Уровень освоения	Критерии
85-100 баллов (оценка «отлично»)	Выставляется студенту, если работа отвечает всем требованиям: разработана оригинальная концепция рекламного плаката, осуществлено художественное эскизирование, используются закономерности цветовосприятия, теории цветовой выразительности, грамотно подобраны изобразительные средства (средств визуализации) для создания дизайна рекламной продукции,

	правильно выполнена верстка формата, макет подготовлен к печати.
70-84 баллов (оценка «хорошо»)	Выставляются студенту, если правильно выполнена композиция листа, но есть неточности в передаче художественного образа и подборе художественных средств выразительности, правильно выполнена верстка формата, макет подготовлен к печати.
50-69 баллов (оценка «удовлетворительно»)	Выставляются студенту, если допущены ошибки в композиции, выполнении линейно-конструктивного построения, световой или цветовой моделировки формы. Эскизные варианты не были представлены. Выбранные изобразительные средства слабо отражают рекламную концепцию.
0-49 баллов (оценка «неудовлетворительно»)	Выставляются студенту, если в представленной работе неправильно выполнена композиция, присутствуют грубые ошибки в цветовой подборе, качество исполнения работы низкое. Изобразительные средства не отражают идею рекламного обращения.

→ **ОЦЕНОЧНОЕ СРЕДСТВО Практическое задание №3. Работа в малых группах**

1. **Цель:** освоить необходимые компетенции по виду работ «Использование выразительных и художественно-изобразительных средства при моделировании рекламы», научиться работать в коллективе при решении нестандартных задач, используя эвристические методы проектирования.

2. **Проверяемые компетенции (код):** ОК. 1, ОК. 2, ОК. 3, ОК. 6, ОК. 7, ПК.1.2.

3. **Пример оценочного средства:**

Формирование ассоциативных текстовых и визуальных рядов для передачи художественного образа.

Работа выполняется в малых группах по 4-5 человек.

Задание:

1. Продумать название команды (время выполнения: 3-4 минуты)
2. Написать ассоциативные ряд к названию команды, состоящий не менее чем из 20 слов. Каждое определение – нумеруется (время выполнения: 3-4 минуты)
3. На основе слов под цифрами 5, 12 и 18 разработать логотип (время выполнения: 12-15 минут). Защитить логотип
4. Предложить ряд ассоциаций по смежности, чтобы плавно перейти от предмета «ложка» к предмету «солнце»
5. Подобрать слова с отрицательной эмоциональной окраской к объекту «стиральный порошок» с тем, чтобы использовать их по отношению ко всем другим порошкам-конкурентам. Например: неприятный запах, плохо отстирывает, вредный и т.д.
6. Разработать концепцию рекламы валенок. Подобрать ассоциативные текстовые и визуальные ряды. Представь эскиз баннера с данной рекламой. Защитить проект.

4. **Критерии оценивания (по 100-балльной системе оценивания):**

Уровень освоения	Критерии
85-100 баллов (оценка «отлично»)	Выставляется, если команда работало слаженно, применялись эвристические методы проектирования, находились необычные и яркие решения поставленных задач. Студент активно участвовал в работе коллектива, брал на себя ответственность за работу членов команды, принимал решения в стандартных и нестандартных

	ситуациях.
70-84 баллов (оценка «хорошо»)	Выставляется, если команда справилась с поставленными задачами, но не всегда находила общее решение поставленных задач. Студент активно участвовал в работе коллектива.
50-69 баллов (оценка «удовлетворительно»)	Выставляется, если задачи не решены в полной мере, в решении задач использовались эвристические методы дизайн-проектирования. Студент не проявлял активность в работе коллектива.
0-49 баллов (оценка «неудовлетворительно»)	Выставляется, если команда не справилась с поставленными задачами, отсутствуют навыки владения общения в коллективе (команде). Студент пассивно работал в коллективе, отказывался брать на себя ответственность за работу членов команды.

→ **ОЦЕНОЧНОЕ СРЕДСТВО Проект**

1. **Цель:** освоить необходимые компетенции по виду работ «Разработка авторских рекламных проектов».
2. **Проверяемые компетенции (код):** ОК. 1, ОК. 2, ОК. 3, ОК. 4, ОК. 5, ОК. 8, ОК. 9, ОК. 10, ОК. 11, ПК.1.3.
3. **Пример оценочного средства:**

Разработать авторский рекламный проект для продукции (товара или услуг), которые осуществляют свою деятельность на российском рынке и за рубежом.

Проектирование провести на основе следующих этапов:

1. Определение целей и задач рекламного продукта
2. Определение стратегии и конечных результатов. Определение целевой аудитории (на российском рынке и за рубежом)
3. Разработка оригинальной концепции
4. Определение состава и объема работ рекламного проекта
5. Разработка календарного плана
6. Определение потребностей проекта в ресурсах (план ресурсного обеспечения)
7. Определение основных членов команды управления рекламным проектом, организационной структуры, принципов взаимодействия
8. Определение нормативно-правовой базы, при осуществлении рекламного проекта на российском рынке и за рубежом
9. Завершение и сдача-приемка проекта, оценка работы членов команды

4. **Критерии оценивания (по 100-балльной системе оценивания):**

Уровень освоения	Критерии
85-100 баллов (оценка «отлично»)	Выставляется студенту, если работа отвечает всем требованиям: разработана креативная рекламная концепция, определены цели и задачи рекламного продукта, сегментирована целевая аудитория, прописан календарный план работы, составлен план ресурсного обеспечения, определены члены команда и их роль в реализации проекта.
70-84 баллов (оценка «хорошо»)	Выставляются студенту, если разработана концепция проекта, определены цели и задачи рекламного продукта, сегментирована целевая аудитория, но есть небольшие ошибки в составлении календарного плана работы, не чётко определены роли членов команды.

50-69 баллов (оценка «удовлетворительно»)	Выставляются студенту, если допущены ошибки в составлении календарного плана работы по реализации проекта, не составлен план ресурсного обеспечения (либо имеется большое количество замечаний), рекламная концепция не четко сформулирована, не обоснован выбор целевой аудитории.
0-49 баллов (оценка «неудовлетворительно»)	Выставляются студенту, если в представленном проекте не обоснована концепция, есть существенные замечания в части разработки календарного плана работы, плана ресурсного обеспечения. Не все обозначенные этапы работы над проектом выполнены

→ **ОЦЕНОЧНОЕ СРЕДСТВО** Устный опрос №2

1. **Цель:** освоить необходимые компетенции по виду работ «Составление рекламных текстов».
2. **Проверяемые компетенции (код):** ПК.1.4.
3. **Пример оценочного средства:**
 1. Принципов создания рекламного текста
 2. Содержания рекламного сообщения
 3. Основные компоненты рекламного текста
 4. Каковы основные функции слогана?
 5. Каковы функции «маркетинговых параметров» слогана?
 6. Каковы требования к «художественным параметрам» слогана?
 7. Назовите основные приемы редактирования слогана.
 8. Чем является каждое рекламное сообщение с точки зрения теории имиджа?
 9. Чем тексты для рекламы отличаются от остальных текстов
 10. Какие слова должен содержать правильный текст для рекламы
 11. Сформулируйте свое определение рекламного текста

4. **Критерии оценивания** (по 100-балльной системе оценивания):

Уровень освоения	Критерии
85-100 баллов (оценка «отлично»)	Выставляется студенту, если он полно излагает материал (отвечает на вопрос), дает правильное определение основных понятий; обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике; излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка.
70-84 баллов (оценка «хорошо»)	Выставляется студенту, если он полно излагает материал (отвечает на вопрос), дает правильное определение основных понятий; обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры; излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка. Допускает одну-две ошибки, которые сам же исправляет и 1-2 недочета в последовательности и языковом оформлении излагаемого материала.
50-69 баллов (оценка «удовлетворительно»)	Выставляется студенту, если он обнаруживает знание и понимание основных положений данной темы, но излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий; не умеет достаточно

о»)	глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; излагает материал непоследовательно и допускает ошибки в языковом оформлении.
0-49 баллов (оценка «неудовлетворительно»)	Выставляется студенту, если он обнаруживает незнание большей части соответствующего вопроса, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал. Отмечаются такие недостатки в подготовке, которые являются серьезным препятствием к успешному овладению последующим материалом.

→ **ОЦЕНОЧНОЕ СРЕДСТВО Практическое задание № 4**

1. **Цель:** освоить необходимые компетенции по виду работ «Разработка авторских рекламных проектов».
2. **Проверяемые компетенции (код):** ПК.1.4.
3. **Пример оценочного средства:**
Прочитайте рекламные тексты. Определите их цель и функции.
Текст 1

КЕДРОВЫЙ БАЛЬЗАМ

Здоровые зубы и десны

Целительная сила кедра и свежесть лаванды

Ученые давно заметили, что воздух в сибирских лесах практически стерильный, благодаря антимикробному действию кедра. А сам кедровый орех — это кладезь жизненно важных витаминов и микроэлементов. Лаванда издавна славится своими природными целебными свойствами и свежим ароматом. На основе комплекса из кедрового масла и лаванды был создан **КАДРОВЫЙ БАЛЬЗАМ** — уникальная по своему профилактическому действию и приятная на вкус зубная паста.

Зубная паста **КЕДРОВЫЙ БАЛЬЗАМ**:

- обладает сильными антисептическими свойствами
- эффективно заживляет микрорасдины в полости рта
- быстро снимает воспаление десен
- прекрасно освежает дыхание
- укрепляет эмаль чувствительных зубов

Посещайте стоматолога не реже 2-х раз в год

Прочитайте рекламные объявления.

Оцените их по следующим критериям:

1. Задача сообщения.
2. Целевая аудитория.
3. Привлекающий внимание броский заголовок.
4. Информативный подзаголовок (факультативно).
5. Информативная основная часть (полезные свойства продукта, демонстрация продукта в действии, акции и т.д.)
6. Императив. Контактные данные.

СРОЧНО!!!
ОГРАНИЧЕННОЕ ВЫГОДНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ НА ЗАМЕНУ ОКОН.
ОСТЕКЛЕНИЕ И УТЕПЛЕНИЕ БАЛКОНОВ БЕЗ НАЦЕНКИ ПО ЗАВОДСКОЙ
СТОИМОСТИ.
СРОК АКЦИИ ОГРАНИЧЕН!
ВЫГОДА 40%
БЕЗ ПРЕДОПЛАТЫ
ДОСТАВКА И ВЫЗОВ МАСТЕРА БЕСПЛАТНО!
ПЕНСИОНЕРАМ И ВЛАДЕЛЬЦАМ СОЦИАЛЬНЫХ КАРТ
ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ЛЬГОТЫ.
ТЕЛ. (XXX) XXX-XX-XX

**НЕСЛАБОЕ
СРЕДСТВО**

от боли в горле

NovoSept FORTE Forte

Чтобы боль в горле не стала помехой

Вашим планам, используйте NovoSept FORTE Forte

- Действует мощно против боли и воспаления
- Борется с причиной инфекции – бактериями и вирусами
- Содержит цинк: ускоряет выздоровление, повышает иммунитет

Спрей действует быстро и эффективно Флакона хватает на полный курс лечения.

Пастилки оказывают длительный лечебный эффект. Природные компоненты в составе пастилок делают лечение более вкусным.

4. Критерии оценивания (по 100-балльной системе оценивания):

Уровень освоения	Критерии
85-100 баллов (оценка «отлично»)	Выставляется студенту, если студент выполнил все задания, правильно определил цели и функции рекламных текстов, провел анализ типологических и специфических черт рекламного текста. Ответ студента четка сформулирован и обоснован, при ответе используется профессиональная терминология.
70-84 баллов (оценка «хорошо»)	Выставляется студенту, если он полно излагает материал (отвечает на вопрос), дает правильное определение основных понятий; обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения. Допускает одну-две ошибки в характеристиках текста, которые сам же исправляет.
50-69 баллов (оценка «удовлетворительн о»)	Выставляется студенту, если он обнаруживает знание и понимание основных положений данной темы, но излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения в определении характеристик предложенных текстов; излагает материал непоследовательно и допускает ошибки в языковом оформлении.
0-49 баллов (оценка	Выставляется студенту, если он обнаруживает незнание большей части соответствующего вопроса, допускает ошибки в обозначении

«неудовлетворительно»)	характеристик предложенных текстов. Беспорядочно и неуверенно излагает материал. Отмечаются такие недостатки в подготовке, которые являются серьезным препятствием к успешному овладению последующим материалом.
------------------------	--

→ **ОЦЕНОЧНОЕ СРЕДСТВО Практическое задание №5**

1. **Цель:** освоить необходимые компетенции по виду работ «Разработка авторских рекламных проектов».
2. **Проверяемые компетенции (код):** ОК. 1, ОК. 2, ОК. 4, ОК. 5, ПК.1.4.
3. **Пример оценочного средства:**
Инструкция по выполнению задания
 1. Разработать рекламное сообщение с учётом средства распространения рекламы и особенностей рекламного носителя.
 - Разработать план (определить элементы: текст, иллюстрация, адресный и фирменный блок и формат) с учётом особенностей рекламного носителя;
 - Разработать креативную концепцию для рекламного сообщения;
 - Написать текст (с использованием текстового редактора), подобрать иллюстрацию рекламному средству.
 2. Оформить рекламное сообщение с помощью подобранных элементов в графическом редакторе AdobePhotoshop.
 1. Напишите рекламные тексты (нотариальной конторы, пиар- или модельного агентства, галереи, магазина и др.). Проанализируйте их с точки зрения жанрообразующих признаков.
 2. Напишите рекламный текст, используя главным образом художественный (публицистический, разговорный) стиль. Назовите средства выразительности, которые вы использовали.
 3. Напишите рекламу стирального порошка «Бриллиант» в жанре заметки, интервью и репортажа.
 4. Напишите стихотворение для рекламы зоотоваров фирмы «Кошкин дом», изделий кондитерской фабрики «Карамельное море», магазина морепродуктов «Устрица», гипермаркет светильников «Сто сорок солнц».

4. **Критерии оценивания (по 100-балльной системе оценивания):**

Уровень освоения	Критерии
85-100 баллов (оценка «отлично»)	Выставляется студенту, если работа отвечает всем требованиям: разработан рекламный текст, в нём прослеживается точный фокус на марке и ее позиционировании, обозначена значимость мотива выбора/ потребления, сообщение ясно сформулировано, заложенная концепция уникальная/ яркая.
70-84 баллов (оценка «хорошо»)	Выставляются студенту, если разработан рекламный текст/ сообщение, он логично выстроен, обозначена целевая аудитория и значимость для потребителя, однако идея не является уникальной. Выбранный жанр не четко прослеживается.
50-69 баллов (оценка «удовлетворительно»)	Выставляются студенту, если студентом был составлен рекламный текст, сформулирована концепция, однако были допущены ошибки. Не прослеживается фокус на марке, стилистика сообщения не соответствует выбранному жанру.

0-49 баллов (оценка «неудовлетворительно»)	Выставляются студенту, если студентом был составлен рекламный текст, однако были допущены грубые ошибки. Он не имеет четко сформулированную концепцию, не прослеживается фокус на марке, целевая аудитория не обозначена, стилистика сообщения не соответствует выбранному жанру.
---	---

→ **ОЦЕНОЧНОЕ СРЕДСТВО** Устный опрос №3

1. **Цель:** освоить необходимые компетенции по виду работ «Создание визуальных образов с рекламными функциями».
2. **Проверяемые компетенции (код):** ПК.1.5.
3. **Пример оценочного средства:**
 1. Что такое знаковая система?
 2. Что изучает семиотика?
 3. Для чего необходим семиотический анализ?
 4. Что такое символ?
 5. Какую роль при декодировании сообщений играет синтактика?
 6. Для чего в рекламе используют стереотипы?
 7. Как называется раздел семиотики, который изучает отношения между знаком и объектом?
 8. Какие стереотипы являются условными?
 9. Какое положительное значение имеет в рекламе полисемия знака?

4. **Критерии оценивания** (по 100-балльной системе оценивания):

Уровень освоения	Критерии
85-100 баллов (оценка «отлично»)	Выставляется студенту, если он полно излагает материал (отвечает на вопрос), дает правильное определение основных понятий; обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике; излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка.
70-84 баллов (оценка «хорошо»)	Выставляется студенту, если он полно излагает материал (отвечает на вопрос), дает правильное определение основных понятий; обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры; излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка. Допускает одну-две ошибки, которые сам же исправляет и 1-2 недочета в последовательности и языковом оформлении излагаемого материала.
50-69 баллов (оценка «удовлетворительно»)	Выставляется студенту, если он обнаруживает знание и понимание основных положений данной темы, но излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; излагает материал непоследовательно и допускает ошибки в языковом оформлении.
0-49 баллов (оценка «неудовлетворительно»)	Выставляется студенту, если он обнаруживает незнание большей части соответствующего вопроса, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и

тельно»)	неуверенно излагает материал. Отмечаются такие недостатки в подготовке, которые являются серьезным препятствием к успешному овладению последующим материалом.
----------	---

→ **ОЦЕНОЧНОЕ СРЕДСТВО Практическое задание №6**

- Цель:** освоить необходимые компетенции по виду работ «Создание визуальных образов с рекламными функциями».
- Проверяемые компетенции (код):** ОК. 4, ПК.1.5.
- Пример оценочного средства:**
Сделайте семиотический анализ рекламного плаката или рекламного изображения в журнале, в котором основная семантическая нагрузка ложится на изображение.
Последовательность проведения семиотического анализа:
 - 1) определение означаемого - идеи рекламного обращения;
 - 2) определение пользователей знаковой системы - аудитории рекламного послания и установлений отношения между аудиторией и посланием;
 - 3) определение взаимодействия с контекстом восприятия (т.е. прогноз взаимодействия рекламного сообщения, которое будет размещено на определенном носителе, с другими знаками);
 - 4) определение главного знака и последовательное разделение сложных знаков на более простые;
 - 5) определение всех возможных значений (семантики) каждого простого знака;
 - 6) установление взаимоотношений между знаками и определение влияния взаимодействия знаков на их семантику (значение);
 - 7) корректировка – удаление, изменение знаков или введение дополнительных знаков.

4. Критерии оценивания (по 100-балльной системе оценивания):

Уровень освоения	Критерии
85-100 баллов (оценка «отлично»)	Выставляется студенту, если работа отвечает всем требованиям: разработан рекламный текст, в нём прослеживается точный фокус на марке и ее позиционировании, обозначена значимость мотива выбора/ потребления, сообщение ясно сформулировано, заложенная концепция уникальная/ яркая.
70-84 баллов (оценка «хорошо»)	Выставляются студенту, если разработан рекламный текст/ сообщение, он логично выстроен, обозначена целевая аудитория и значимость для потребителя, однако идея не является уникальной. Выбранный жанр не четко прослеживается.
50-69 баллов (оценка «удовлетворительно»)	Выставляются студенту, если студентом был составлен рекламный текст, сформулирована концепция, однако были допущены ошибки. Не прослеживается фокус на марке, стилистика сообщения не соответствует выбранному жанру.
0-49 баллов (оценка «неудовлетворительно»)	Выставляются студенту, если студентом был составлен рекламный текст, однако были допущены грубые ошибки. Он не имеет четко сформулированную концепцию, не прослеживается фокус на марке, целевая аудитория не обозначена, стилистика сообщения не соответствует выбранному жанру.

II ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ПРАКТИКЕ

1. Форма проведения промежуточной аттестации дифференцированный зачет

2. Процедура проведения промежуточной аттестации:

Дифференцированный зачет проводится в форме собеседования. Умения отрабатываются студентами в ходе выполнения практических заданий и проекта. Оценка по дифференцированному зачету может быть выставлена "автоматом" при условии, если студент набрал соответствующий итоговый балл на основе технологической карты:

от 50 до 69 баллов - удовлетворительно

от 70 до 84 баллов - хорошо

от 85 до 100 баллов – отлично.

3. Перечень вопросов для проведения устного опроса

Перечень вопросов	
1.	Приемы и принципы составления рекламного текста
2.	Приемы повышения читаемости рекламного текста
3.	Драматизированный и не драматизированный рекламный текст
4.	Функция заключительной фразы (tag line) в рекламном тексте
5.	Экспертная система ВААЛ и ее использование при разработке рекламного текста
6.	Выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы
7.	Композиция в рекламе
8.	Шрифтовая и художественная графика в рекламе
9.	Невербальные средства выражения информации в рекламном продукте: изображение, шрифтовое и цветовое выделение, особенности рекламного макета
10.	Взаимодействие визуальной и вербальной частей (изображение и текст)
11.	Преимущества изображения и преимущества текста в рекламе
12.	Язык печатной рекламы
13.	Особенности коммуникации в газетной и журнальной рекламе
14.	Рекламная листовка и рекламный буклет
15.	Язык бизнес-рекламы и потребительской рекламы
16.	Язык наружной и транзитной рекламы
17.	Язык телевизионной рекламы
18.	Язык радиорекламы
19.	Язык прямой почтовой рекламы
20.	Реклама и искусство
21.	Художественный редактор, особенности профессии и его функция в рекламе
22.	Художник - дизайнер, художник - иллюстратор, художник - оформитель и их функции в рекламе
23.	Художественный дизайн в рекламе
24.	Компьютерный дизайн в рекламе
25.	Композиция рекламного сообщения

26.	Этапы проработки композиции. Выбор наиболее эффективных видов композиции
27.	Визуальные средства рекламы
28.	Типография: классы шрифтов, группы шрифтов, семейство шрифтов
29.	Структура и единицы измерения шрифта
30.	Способы типографского набора
31.	Критерии и методы оценки художественной ценности рекламного продукта
32.	Ограничения оценки художественной стороны рекламного продукта
33.	Основные конкурсы по креативу рекламных произведений
34.	Ведущие зарубежные и отечественные крейторы в области рекламы
35.	Понятие социально-психологической эффективности рекламного продукта
36.	Эмпирический подход к маркетингу и рекламе
37.	Основные экспериментальные методы тестирования рекламных сообщений на распознаваемость, узнавание, запоминаемость, убедительность
38.	Ассоциативный тест, семантическая дифференциация, метод фокус-группы
39.	Эффективность рекламного продукта и лояльность потребителей
40.	Эффективность рекламного продукта и имидж компании
41.	Методы проектирования рекламного продукта
42.	Методы психологического воздействия на потребителя
43.	Маркетинговая и коммуникативная эффективность рекламного продукта
44.	Эффективность рекламной кампании и эффективность рекламного продукта
45.	Оценка эффективности рекламного продукта на когнитивном, аффективном и коннотативном уровнях
46.	Критерии оценки коммуникативной эффективности рекламного продукта
47.	Финансово-экономические показатели и методы оценки эффективности рекламного продукта. Затраты и прибыль
48.	Коммерческие показатели и методы оценки эффективности рекламного продукта

4. Критерии оценивания ответов на устные вопросы:

100-балльная шкала	Показатели	Критерии
Отлично (85-100 баллов)	1. Полнота и правильность ответа на поставленный вопрос 2. Степень осознанности, понимания изученного 3. Применение профессиональной терминологии в беседе	Студент полно излагает материал, дает правильное определение основных понятий. Понимает материал, может обосновать свои суждения, привести необходимые примеры. Излагает материал последовательно используя профессиональную терминологию
Хорошо (70-84 балла)		Студент полно излагает материал, дает правильное определение основных понятий. Студент допускает некоторые ошибки, имеются недочеты в последовательности излагаемого материала
Удовлетворительно (50-69 баллов)		Студент излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий, не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои

		суждения и привести примеры. Излагает материал непоследовательно и допускает ошибки в терминологии.
Неудовлетворительно (0-49 баллов)		Незнание большей части соответствующего вопроса, допускает ошибки в формулировке определений.

5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов учебной практики по ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции

Учебная практика реализуется согласно графику учебного процесса в период освоения профессионального модуля.

Практика проводится в форме работы студентов, направленной на ознакомление с особенностями профессиональной работы, включая выполнение ими временных разовых и постоянных заданий.

Учебная практика проводится в учебных аудиториях Колледжа АлтГУ преподавателями дисциплин профессионального цикла в соответствии с предусмотренной учебной нагрузкой и программой.

В обязанности руководителя практики входит:

- разработка и ежегодное обновление содержания программы учебной практики;
- контроль реализации программы и условий проведения учебной практики;
- оформление отчетных документов по учебной практике.

Студенты при прохождении учебной практики обязаны полностью выполнять задания, предусмотренные программой учебной практики.

Текущий контроль результатов освоения программы практики осуществляется руководителем практики в процессе выполнения обучающимися заданий.

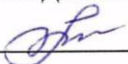
В результате освоения программы учебной практики студенты проходят промежуточную аттестацию в форме дифференцированного зачета. Дифференцированный зачет проводится в форме собеседования

Промежуточная аттестация по итогам учебной практики проводится в рамках отведенных часов на освоение программы практики.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Алтайский государственный университет»
Колледж Алтайского государственного университета
Отделение природопользования, сервиса и туризма

УТВЕРЖДЕНО
решением ученого совета АлтГУ
протокол № 04
от « 26 » 06 2023 г.

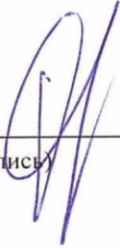
ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по производственной практике(по профилю специальности)
по ПМ. 02 Производство рекламной продукции
программы подготовки специалистов среднего звена по специальности
42.02.01 Реклама

Разработчик:
Прусова И.М.,
преподаватель, высшая к.к.


Одобрено на заседании отделения
природопользования, сервиса и туризма
Протокол № 05 от «21» 02 2023 г.
Согласовано:
Представитель организации-работодателя
М.П. Соклаков, директор ООО «Медиагруппа
«ФМ-Продакшн»



(подпись)



Барнаул 2023

ПАСПОРТ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Перечень формируемых 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.

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.

Сформированность вышеперечисленных компетенций предполагает следующие результаты прохождения производственной практики (по профилю специальности) по ПМ.02 Производство рекламной продукции:

Компетенция	Планируемые результаты практики	Наименование оценочного средства
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	Знать: сущность и социальную значимость своей будущей профессии. Уметь: определять перспективы развития в профессиональной сфере; проводить самоанализ профессиональной пригодности.	Устный опрос Практическое задание № 1 Практическое задание № 2 Практическое задание № 3
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач,	Знать: методы решения профессиональных задач. Уметь: прогнозировать результаты	Устный опрос Практическое задание № 1 Практическое задание № 2

оценивать их эффективность и качество	выполнения деятельности в соответствии с задачами; оценивать результаты своей деятельности, их эффективность и качество.	Практическое задание № 3
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	Знать: причины возникновения нестандартных ситуаций. Уметь: оценивать причины возникновения нестандартных ситуаций; находить пути решения ситуации; прогнозировать развитие ситуации; брать на себя ответственность за принятое решение.	Устный опрос Практическое задание № 2 Практическое задание № 3
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	Знать: принципы классификации информации. Уметь: выделять профессионально-значимую информацию; пользоваться разнообразной справочной литературой, электронными ресурсами; определять соответствие информации поставленной задаче.	Устный опрос Практическое задание № 1 Практическое задание № 2 Практическое задание № 3
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	Знать: информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности. Уметь: предоставлять информацию в различных формах с использованием различного программного обеспечения; использовать средства ИТ для обработки и хранения информации.	Устный опрос Практическое задание № 2 Практическое задание № 3
ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	Знать: стили общения и корпоративную культуру. Уметь: выбирать стиль общения в соответствии с ситуацией, вести деловую беседу в соответствии с этическими нормами.	Устный опрос Практическое задание № 1 Практическое задание № 2
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат	Знать: организацию выполняемых работ в соответствии с инструкциями. Уметь:	Устный опрос Практическое задание № 2

выполнения заданий	<p>ставить задачи перед коллективом; организовывать деятельность по выполнению ресурсов команды; осуществлять контроль в соответствии с поставленной задачей.</p>	
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	<p>Знать: перспективы профессионального и личностного развития.</p> <p>Уметь: анализировать собственные сильные и слабые стороны; определять этапы достижения поставленных целей; определять необходимые внешние и внутренние ресурсы для достижения целей.</p>	<p>Устный опрос Практическое задание № 2 Практическое задание № 3</p>
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	<p>Знать: технологии, используемые в профессиональной деятельности; источники информации о технологиях профессиональной деятельности.</p> <p>Уметь: анализировать производственную ситуацию; определять причины необходимости смены технологий или их усовершенствования.</p>	<p>Устный опрос Практическое задание № 1 Практическое задание № 2 Практическое задание № 3</p>
ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.	<p>Знать: цели, задачи, принципы, объекты, субъекты, средства, методы и нормативно-правовую базу предпринимательской деятельности; действующие законодательство и обязательные требования нормативных документов.</p> <p>Уметь: эффективность планирования предпринимательской деятельности в профессиональной сфере; работать с нормативными документами в области предпринимательской деятельности; безошибочно использовать нормативные акты в профессиональной деятельности</p>	<p>Устный опрос Практическое задание № 3</p>
ОК 11. Обладать экологической,	<p>Знать: принципы делового и</p>	<p>Устный опрос Практическое</p>

<p>информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.</p>	<p>межличностного общения; лексический и грамматический минимум, необходимый для чтения и перевода иностранных текстов.</p> <p>Уметь: общаться (устно и письменно) на иностранном языке на профессиональные и повседневные темы; эффективность использования информационно-коммуникационных технологий в профессиональной сфере; устанавливать контакты с учетом межкультурных и этнических различий</p>	<p>задание № 3</p>
<p>ПК 2.1. Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы</p>	<p>Знать: технику, технологии и технические средства фотосъемки в рекламе; технику, технологии и технические средства видеосъемки в рекламе.</p> <p>Уметь: осуществлять фотосъемку для производства рекламного продукта; осуществлять видеосъемку для производства рекламного продукта;</p> <p>Иметь практический опыт: выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта.</p>	<p>Устный опрос Практическое задание № 1 Практическое задание № 2 Практическое задание № 3 Отчет по практике</p>
<p>ПК 2.2. Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии</p>	<p>Знать: технические и программные средства для создания печатного рекламного продукта; технические и программные средства для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации.</p> <p>Уметь: использовать компьютерные технологии при создании печатного рекламного продукта; разрабатывать сценарии для съемок и монтажа рекламы.</p> <p>Иметь практический опыт:</p>	<p>Устный опрос Практическое задание № 2 Практическое задание № 3 Отчет по практике</p>

	<p>построения модели (макета, сценария) объекта с учетом выбранной технологии.</p>	
<p>ПК 2.3. Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале</p>	<p>Знать: этапы производства рекламного продукта; технология создания Интернет-рекламы; аппаратное и программное обеспечение.</p> <p>Уметь: использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки графики, аудио-, видео-, анимации; использовать мультимедийные и web-технологии для разработки и внедрения рекламного продукта</p> <p>Иметь практический опыт: подготовки к производству рекламного продукта; производства рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков</p>	<p>Устный опрос Практическое задание №2 Практическое задание №3 Отчет по практике</p>

I ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ ПО ПРАКТИКЕ

Типовые контрольные задания, необходимые для оценки планируемых результатов производственной практики (по профилю специальности) по ПМ.02 Производство рекламной продукции.

В том случае, если студент проходит практику в той организации, где нет возможности освоить навыки по выполнению какого-либо вида работ, он должен выполнить индивидуальное задание для полного освоения компетенций.

Перечень заданий соответствует видам работ, определенным в РП профессионального модуля.

→ **ОЦЕНОЧНОЕ СРЕДСТВО** Практическое задание №1

1. **Цель:** освоить необходимые компетенции по видам работ: «Анализ применяемых компьютерных технологий и профессиональных пакетов программного обеспечения для обработки графики, аудио-, видео-, анимации», «Изучение и анализ выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта», «Изучение процесса создания рекламного фото и видео», «Анализ использования мультимедийных и web-технологий для разработки и внедрения рекламного продукта».

2. **Проверяемые компетенции (код):** ОК 1, ОК 2, ОК 4, ОК 6, ОК 9, ПК 2.1.

3. **Пример оценочного средства:**

На примере базы практики провести анализ выбора и использования инструментов, оборудования, основных изобразительных средств и материалов при производстве рекламного продукта:

1. Описать (дать общую характеристику) организации, являющейся местом прохождения практики
2. Описать схему управления основными технологическими процессами в организации
3. Провести анализ применяемых компьютерных технологий и профессиональных пакетов программного обеспечения для обработки графики, аудио-, видео-, анимации
4. Провести анализ выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта
5. Изучить процесс создания рекламного фото и видео.
6. Провести анализ использования мультимедийных и web-технологий для разработки и внедрения рекламного продукта.

Осветить данные вопросы необходимо в первой главе отчета по практике, а также предоставить подтверждающий фотоматериал в приложении к отчету (фотографии аудио-, видео-, фотооборудования, скриншоты программ.

4. **Критерии оценивания (по 100-балльной системе оценивания):**

Уровень освоения	Критерии
85-100 баллов (оценка «отлично»)	Задание выполнено в полном объеме, студент проявил высокий уровень самостоятельности и творческий подход к его выполнению. Проведен подробный анализ применяемых компьютерных технологий и профессиональных пакетов программного обеспечения для обработки графики, аудио-, видео-, анимации, изучен процесс создания рекламного фото и видео, анализ использования мультимедийных и web-технологий для разработки и внедрения рекламного продукта. Все моменты освещены в отчете по практике.

70-84 баллов (оценка «хорошо»)	Задание выполнено в полном объеме, проведен анализ применяемых компьютерных технологий и профессиональных пакетов программного обеспечения для обработки графики, аудио-, видео-, анимации, изучен процесс создания рекламного фото и видео, анализ использования мультимедийных и web-технологий для разработки и внедрения рекламного продукта, имеются отдельные недостатки в оформлении представленного материала
50-69 баллов (оценка «удовлетворительно»)	Задание в целом выполнено, однако имеются недостатки при выполнении в ходе практики отдельных разделов (частей) задания, имеются замечания по оформлению результатов.
0-49 баллов (оценка «неудовлетворительно»)	Задание выполнено лишь частично, имеется большое количество ошибок и многочисленные замечания по оформлению материала.

→ **ОЦЕНОЧНОЕ СРЕДСТВО Практическое задание №2**

- Цель:** освоить необходимые компетенции по видам работ: «Проведение фотосъемки и видеосъемки для производства рекламного продукта», «Разработка сценария для съемок и монтажа рекламы», «Построение модели (макета, сценария) объекта с учетом выбранной технологии», «Использование компьютерных технологии при создании печатного рекламного продукта».
- Проверяемые компетенции (код):** ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 6, ОК7, ОК 8, ОК 9, ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.3.
- Пример оценочного средства:**

Провести фотосъемку для производства рекламного продукта, составить сопроводительную записку к макету с указанием возможных мест размещения фотографии.

Для проведения фотосъемки студентом организуется группа людей (команда), распределяются обязанности. Съемка производится в студии или на природе. Может проводиться фотосъемка следующих объектов на выбор: портрет, натюрморт, жанровая фотография, пейзаж, интерьер.

При работе с фотографиями используется специализированное программное обеспечения для обработки графики.

Этапы работы над практическим заданием описываются во второй главе отчета по практике. В приложении к отчету прикрепляются результаты проведения фотосъемки.

Провести видеосъемку для производства рекламного продукта

Написать сценарий видеоролика с указанием фабулы, действующих лиц и аудиоряда, использующегося в ролике. Сюжет ролика должен содержать начало, кульминацию и развязку. Рекламуемый предмет или услуга могут быть существующими в реальности или вымышленными.

Для проведения видеосъемки студентом организуется группа людей (команда), распределяются обязанности.

При работе с видеоматериалом используется специализированное программное обеспечения для обработки видео.

Этапы работы над практическим заданием описываются во второй главе отчета по практике. В приложении к отчету прикрепляется сценарий видеоролика.

4. **Критерии оценивания** (по 100-балльной системе оценивания):

Уровень освоения	Критерии
85-100 баллов (оценка «отлично»)	Задание выполнено в полном объеме, студент проявил высокий уровень самостоятельности и творческий подход к его выполнению. Студент демонстрирует умение проводить фотосъемку/ видеосъемку для производства рекламного продукта, уверенное владение компьютерными технологиями и программным обеспечением для обработки графики, аудио-, видео-, анимации, в зависимости от выполняемого задания.
70-84 баллов (оценка «хорошо»)	Задание выполнено в полном объеме, имеются отдельные недостатки в оформлении представленного материала. Студент демонстрирует хорошее владение материалами, приемами и техникой исполнения, однако возникают затруднения при проведении фото- / видеосъемки для производства рекламного продукта либо при использовании компьютерных технологий и программного обеспечения для обработки графики, аудио-, видео, анимации, в зависимости от выполняемого задания.
50-69 баллов (оценка «удовлетворительно»)	Задание в целом выполнено, однако имеются недостатки при выполнении в ходе практики отдельных разделов (частей) задания, имеются замечания по оформлению результатов. В решении практического задания могут быть допущены ошибки. Практическая работа не демонстрирует уверенное владение компьютерными технологиями и программным обеспечением для обработки графики, аудио-, видео-, анимации, в зависимости от выполняемого задания.
0-49 баллов (оценка «неудовлетворительно»)	Задание выполнено лишь частично, имеется большое количество ошибок и многочисленные замечания по оформлению материала. Практическое задание выполнено на низком профессиональном уровне, студент неуверенно владеет фото-/ видеосъемкой для производства рекламного продукта, на низком уровне также владение компьютерными технологиями и программным обеспечением для обработки графики, аудио-, видео-, анимации, в зависимости от выполняемого задания.

→ **ОЦЕНОЧНОЕ СРЕДСТВО Практическое задание №3**

1. **Цель:** освоить необходимые компетенции по видам работ: «Подготовка к производству рекламного продукта», «Производство рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков».
2. **Проверяемые компетенции (код):** ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 8, ОК 9, ОК 10, ОК 11, ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.3.
3. **Пример оценочного средства:**
 1. Разработать макет рекламного продукта на основе самостоятельно проведенной фотосъемки. В качестве рекламного продукта может быть разработана календаря, листовки, баннера и другой печатной продукции. При разработке рекламного продукта необходимо учитывать аспекты психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности.
Рекламный текст разрабатывается на иностранном языке.

Этапы работы над практическим заданием описываются во второй главе отчета по практике. В приложении к отчету прикрепляются результаты проведения фотосъемки, макет рекламного продукта.

2. На основе разработанного сценария и проведенной видеосъемки, описанного в практическом задании №2 снять рекламный ролик и смонтировать его в любом удобном редакторе. Ролик должен проигрываться во всех стандартных проигрывателях.

Ролик сопровождается рекламным текстом на иностранном языке.

При разработке рекламного продукта необходимо учитывать аспекты психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности.

Этапы работы над практическим заданием описываются во второй главе отчета по практике. Видеоролик записывается на диск и прилагается к отчету по практике.

4. Критерии оценивания (по 100-балльной системе оценивания):

Уровень освоения	Критерии
85-100 баллов (оценка «отлично»)	Задание выполнено в полном объеме, студент проявил высокий уровень самостоятельности и творческий подход к его выполнению. Студент демонстрирует умение проводить фотосъемку/ видеосъемку для производства рекламного продукта, уверенное владение компьютерными технологиями и программным обеспечением для обработки графики, аудио-, видео-, анимации, в зависимости от выполняемого задания. При разработке рекламного продукта студент учел аспекты психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков.
70-84 баллов (оценка «хорошо»)	Задание выполнено в полном объеме, имеются отдельные недостатки в оформлении представленного материала. В представленной работе решены основные задачи, работа выполнена на хорошем художественном уровне. Студент демонстрирует хорошее владение материалами, приемами и техникой исполнения, однако возникают затруднения при проведении фото- / видеосъемки для производства рекламного продукта либо при использовании компьютерных технологий и программного обеспечения для обработки графики, аудио-, видео, анимации, в зависимости от выполняемого задания.
50-69 баллов (оценка «удовлетворительно»)	Задание в целом выполнено, однако имеются недостатки при выполнении в ходе практики отдельных разделов (частей) задания, имеются замечания по оформлению результатов. В решении практического задания могут быть допущены ошибки. Практическая работа не демонстрирует уверенное владение компьютерными технологиями и программным обеспечением для обработки графики, аудио-, видео-, анимации, в зависимости от выполняемого задания. При разработке рекламного продукта студент не учел аспекты психологического воздействия рекламы либо правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков.
0-49 баллов (оценка «неудовлетворительно»)	Задание выполнено лишь частично, имеется большое количество ошибок и многочисленные замечания по оформлению материала. Практическое задание выполнено на низком профессиональном уровне, студент неуверенно владеет фото-/ видеосъемкой для производства рекламного продукта, на низком уровне также

	<p>владение компьютерными технологиями и программным обеспечением для обработки графики, аудио-, видео-, анимации, в зависимости от выполняемого задания. При разработке рекламного продукта студент не учел аспекты психологического воздействия рекламы и правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков.</p>
--	---

II ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ПРАКТИКЕ

1. **Форма проведения промежуточной аттестации** дифференцированный зачет

2. **Процедура проведения промежуточной аттестации:**

По итогам производственной практики (по профилю специальности) студенты сдают отчет. Защита отчета проходит в устной форме.

3. **ОЦЕНОЧНОЕ СРЕДСТВО** Отчет по практике

Критерии оценивания отчета по практике

4-балльная шкала (уровень освоения)	Показатели	Критерии
Отлично (85-100 баллов)	<ol style="list-style-type: none"> Соответствие содержания отчета требованиям программы практики; Структурированность и полнота собранного материала; Полнота устного выступления, правильность ответов на вопросы при защите; Обоснованность сформулированных предложений. 	<p>При защите отчета студент продемонстрировал глубокие и системные знания, полученные при прохождении практики, свободно оперировал данными исследования и внес обоснованные предложения. Студент правильно и грамотно ответил на поставленные вопросы. Студент получил положительный отзыв от руководителя. Приложения логично связаны с текстовой частью отчета. Отчет сдан в установленный срок. Программа практики выполнена.</p>
Хорошо (70-84 балла)		<p>При защите отчета студент показал глубокие знания, полученные при прохождении практики, свободно оперировал данными исследования. В отчете были допущены ошибки, которые носят несущественный характер. Студент ответил на поставленные вопросы, но допустил некоторые ошибки, которые при наводящих вопросах были исправлены. Допускаются несущественные и стилистические ошибки. Оформление аккуратное. Приложения в основном связаны с текстовой частью. Отчет сдан в установленный срок. Программа практики выполнена</p>
Удовлетворительно		Отчет имеет поверхностный анализ

(50-69 баллов)		собранного материала, нечеткую последовательность его изложения материала. Студент при защите отчета по практике не дал полных и аргументированных ответов на заданные вопросы. В отзыве руководителя имеются существенные замечания. Оформление аккуратное. Приложения в основном связаны с текстовой частью. Отчет сдан в установленный срок. Программа практики выполнена
Неудовлетворительно (0-49 баллов)		Отчет не имеет детализированного анализа собранного материала и не отвечает установленным требованиям. Студент затрудняется ответить на поставленные вопросы или допускает в ответах принципиальные ошибки. В отзыве руководителя имеются существенные критические замечания. Оформление неаккуратное. Приложения отсутствуют. Отчет сдан в установленный срок. Программа практики не выполнена.

4. ОЦЕНОЧНОЕ СРЕДСТВО Дневник по практике

Критерии оценивания дневника по практике

4-балльная шкала (уровень освоения)	Показатели	Критерии
Отлично (85 - 100 баллов)	1. Соответствие содержания дневника требованиям программы практики 2. Структурированность и полнота, правильность заполнения дневника	При заполнении дневника студент продемонстрировал то, что в процессе прохождения практики при выполнении работ были освоены необходимые по программе компетенции. Он свободно ориентируется в материалах проведенного исследования. Студент правильно и грамотно ответил на поставленные вопросы, получил положительный отзыв от руководителя
Хорошо (70-84 балла)	3. Полнота, правильность ответов на вопросы при защите 4. Обоснованность	При заполнении дневника студент продемонстрировал то, что в процессе прохождения практики при выполнении работ были освоены необходимые по программе компетенции. При этом в дневнике были допущены ошибки,

	сформулированных предложений	которые носят несущественный характер. Студент ответил на поставленные вопросы, но допустил некоторые ошибки, которые при наводящих вопросах были исправлены. Студент получил положительный отзыв от руководителя
Удовлетворительно (50-69 баллов)		Дневник имеет поверхностный характер заполнения, нечеткую последовательность изложения записей. Студент при собеседовании не дал полных и аргументированных ответов на заданные вопросы. В отзыве руководителя имеются существенные замечания.
Неудовлетворительно (0-49 баллов)		Дневник не имеет детализированного характера заполнения и не отвечает установленным требованиям. Студент затрудняется ответить на поставленные вопросы или допускает в ответах принципиальные ошибки. В отзыве руководителя имеются существенные критические замечания.

5. Перечень вопросов для проведения устного опроса

Перечень вопросов	
1.	Разработка и технология производства рекламного буклета
2.	Разработка и технология производства рекламного баннера
3.	Разработка и технология создания рекламной листовки
4.	Методы разработки рекламного аудиоролика
5.	Разработка и технология производства сувенирной рекламы
6.	Разработка и технология производства рекламной афиши
7.	Особенности технологии производства аудиоролика
8.	Особенности технологии монтажа транзитной рекламы
9.	Особенности технологии печати транзитной рекламы
10.	Особенности технологии монтажа наружной рекламы
11.	Практические технологии фоторекламы и их основные функции
12.	Технология и планирование печатного производства
13.	Технические и программные средства для создания печатного рекламного продукта
14.	Технические и программные средства для компьютерной обработки графики
15.	Технические и программные средства для компьютерной обработки аудио
16.	Технические и программные средства для компьютерной обработки видео
17.	Технические и программные средства для компьютерной обработки анимации

18.	Разработка и технология производства плаката социальной рекламы
19.	Подготовка рекламных материалов к печати
20.	Основы создания телевизионной рекламы и кинорекламы
21.	Основы операторского искусства и сценарного мастерства
22.	Производство радиорекламы
23.	Принципы создания сценария радиорекламы. Написание сценария радиорекламы
24.	Производство рекламного продукта для сети Интернет
25.	Аппаратное и программное обеспечение
26.	Технология и планирование печатного производства
27.	Печать. Подготовка рекламных материалов к печати. Способы печати
28.	Разработка и технология производства рекламного календаря
29.	Социально-психологическая эффективность рекламного продукта и ее особенности
30.	Эффективность рекламного продукта и лояльность потребителей
31.	Методы разработки рекламного баннера в Интернет
32.	Техника, технологии и технические средства фотосъемки в рекламе
33.	Техника, технологии и технические средства видеосъемки в рекламе
34.	Коммерческая фотография. Оборудование и место съемки
35.	Свет в рекламной фотографии. Приемы, оборудование, схемы света
36.	Особенности ретуши для портретной съемки в глянцевых изданиях
37.	Предметная съемка. Договор с заказчиком. Особые условия съемки
38.	Фудстайлинг. Приемы, оборудование

6. Критерии оценивания ответов на устные вопросы:

100-балльная шкала	Показатели	Критерии
Отлично (85-100 баллов)	1. Полнота и правильность ответа на поставленный вопрос 2. Степень осознанности, понимания изученного 3. Применение профессиональной терминологии в беседе	Студент полно излагает материал, дает правильное определение основных понятий. Понимает материал, может обосновать свои суждения, привести необходимые примеры. Излагает материал последовательно используя профессиональную терминологию
Хорошо (70-84 балла)		Студент полно излагает материал, дает правильное определение основных понятий. Студент допускает некоторые ошибки, имеются недочеты в последовательности излагаемого материала
Удовлетворительно (50-69 баллов)		Студент излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий, не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести примеры. Излагает материал непоследовательно и допускает ошибки в терминологии.
Неудовлетворительно (0-49 баллов)		Незнание большей части соответствующего вопроса, допускает

7. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов производственной практики (по профилю специальности) по ПМ.02 Производство рекламной продукции

Контроль результатов освоения программы практики осуществляется руководителем практики от Колледжа.

В результате освоения программы производственной практики (по профилю специальности) студенты проходят промежуточную аттестацию в форме дифференцированного зачета.

Отчетные документы о прохождении производственной практики (по профилю специальности):

- положительный аттестационный лист;
- заполненный дневник практики, содержащий положительную характеристику студента;
- отчет о практике в соответствии с заданием на практику.

Отчет студента по практике должен максимально отражать его индивидуальную работу в период прохождения практики в соответствии с ее программой.

Отчет по практике состоит из следующих элементов:

- титульный лист;
- содержание;
- введение;
- основная часть в соответствии с программой практики;
- заключение;
- список использованной литературы и источников;
- приложение.

Общий объем отчета – 15-25 страниц печатного текста (без приложений).

Содержание основной части должно включать:

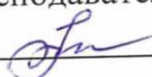
- описание организации, на базе которой проходила практика, приводится его история, профиль и методы работы, место на рынке рекламных услуг, тенденции и перспективы развития;
- описание основных структурных подразделений учреждения, штатного состава, специального оборудования, наличие профессиональной библиотеки, архива, имеющейся компьютерной техники и лицензионных программных продуктов;
- описание лучших разработок (проектов) в области рекламы организации, с которыми ознакомился студент во время практики;
- изложение сути индивидуального задания во время практики;
- описание методики и последовательности выполнения задания, соответствующих видам деятельности: выбор и использование инструментов, оборудования, основных изобразительных средств и материалов; создание модели (макетов, сценариев) объекта рекламы с учетом выбранной технологии; исполнение оригиналов или отдельных элементов проекта в материале.

В приложении к отчету должны быть представлены материалы, демонстрирующие этапы разработки модели (макетов, сценариев) объекта рекламы в материале (оригиналов или отдельных элементов).

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Алтайский государственный университет»
Колледж Алтайского государственного университета
Отделение природопользования, сервиса и туризма

УТВЕРЖДЕНО
решением ученого совета АлтГУ
протокол № 04
от «26» 06 2023 г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по производственной практике(по профилю специальности)
по ПМ. 03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного
продукта
программы подготовки специалистов среднего звена по специальности
42.02.01 Реклама

Разработчик:
Прусова И.М.,
преподаватель, высшая к.к.


Одобрено на заседании отделения
природопользования, сервиса и туризма

Протокол № 05 от «21» 02 2023 г.

Согласовано:

Представитель организации-работодателя

М.П. Соклаков, директор ООО «Медиагруппа



(подпись)

Барнаул 2023

ПАСПОРТ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Перечень формируемых 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.

ПК 3.1. Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.

ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.

Сформированность вышеперечисленных компетенций предполагает следующие результаты прохождения производственной практики (по профилю специальности) по ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта:

Компетенция	Планируемые результаты практики	Наименование оценочного средства
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	Знать: сущность и социальную значимость своей будущей профессии. Уметь: определять перспективы развития в профессиональной сфере; проводить самоанализ профессиональной пригодности.	Устный опрос Практическое задание №1 Практическое задание №2
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	Знать: методы решения профессиональных задач. Уметь: прогнозировать результаты выполнения деятельности в соответствии с задачами; оценивать результаты своей деятельности, их эффективность и качество.	Устный опрос Практическое задание №1 Практическое задание №2 Практическое задание №3
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них	Знать: причины возникновения нестандартных ситуаций.	Устный опрос Практическое задание №3

ответственность	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> оценивать причины возникновения нестандартных ситуаций; находить пути решения ситуации; прогнозировать развитие ситуации; брать на себя ответственность за принятое решение. 	
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> принципы классификации информации. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> выделять профессионально-значимую информацию; пользоваться разнообразной справочной литературой, электронными ресурсами; определять соответствие информации поставленной задаче. 	<p>Устный опрос</p> <p>Практическое задание №1</p> <p>Практическое задание №2</p> <p>Практическое задание №3</p>
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> предоставлять информацию в различных формах с использованием различного программного обеспечения; использовать средства ИТ для обработки и хранения информации. 	<p>Устный опрос</p> <p>Практическое задание №1</p>
ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> стили общения и корпоративную культуру. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> выбирать стиль общения в соответствии с ситуацией, вести деловую беседу в соответствии с этическими нормами. 	<p>Устный опрос</p> <p>Практическое задание №2</p>
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> организацию выполняемых работ в соответствии с инструкциями. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> ставить задачи перед коллективом; организовывать деятельность по выполнению ресурсов команды; осуществлять контроль в соответствии с поставленной задачей. 	<p>Устный опрос</p> <p>Практическое задание №3</p>
ОК 8. Самостоятельно определять задачи	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> перспективы профессионального и 	<p>Устный опрос</p> <p>Практическое</p>

<p>профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации</p>	<p>личностного развития. Уметь: анализировать собственные сильные и слабые стороны; определять этапы достижения поставленных целей; определять необходимые внешние и внутренние ресурсы для достижения целей.</p>	<p>задание №3</p>
<p>ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности</p>	<p>Знать: технологии, используемые в профессиональной деятельности; источники информации о технологиях профессиональной деятельности. Уметь: анализировать производственную ситуацию; определять причины необходимости смены технологий или их усовершенствования.</p>	<p>Устный опрос Практическое задание №3</p>
<p>ПК 3.1. Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка</p>	<p>Знать: структуру рекламного рынка. Уметь: проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей; анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп. Иметь практический опыт: выявления требований целевых групп потребителей.</p>	<p>Устный опрос Практическое задание №1 Отчет по практике</p>
<p>ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта</p>	<p>Знать: задачи, цели и общие требования к рекламе; основные направления рекламной деятельности; виды рекламной деятельности. Уметь: проводить сегментирование рынка; принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта. Иметь практический опыт: разработки средств продвижения рекламного продукта; разработки маркетинговой части бизнес-плана.</p>	<p>Устный опрос Практическое задание №2 Практическое задание №3 Отчет по практике</p>

I ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ ПО ПРАКТИКЕ

Типовые контрольные задания, необходимые для оценки планируемых результатов производственной практики (по профилю специальности) по ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта.

В том случае, если студент проходит практику в той организации, где нет возможности освоить навыки по выполнению какого-либо вида работ, он должен выполнить индивидуальное задание для полного освоения компетенций.

Перечень заданий соответствует видам работ, определенным в РП профессионального модуля.

→ **ОЦЕНОЧНОЕ СРЕДСТВО** Практическое задание №1

1. **Цель:** освоить необходимые компетенции по видам работ: «Исследование предпочтений целевых групп потребителей», «Анализ результатов исследования предпочтений целевых групп», «Проведение сегментирования рынка».
2. **Проверяемые компетенции (код):** ОК 1, ОК 2, ОК 4, ОК 5, ПК 3.1.
3. **Пример оценочного средства:**

Провести маркетинговое исследование предпочтений целевых групп потребителей (на основе любого рекламного продукта, который разрабатывался (разрабатывается) базой практики). Документы, подтверждающие разработку и проведение исследования представить в приложении к отчету.

Обязательно должны быть освещены следующие моменты:

- цель и задачи исследования,
- предмет и объект исследования,
- метод исследования,
- этапы исследования,
- технология выборки,
- результаты исследования.

На основе исследования подготовить презентацию по изучению предпочтений целевых групп потребителей на иностранном языке.

4. **Критерии оценивания** (по 100-балльной системе оценивания):

Уровень освоения	Критерии
85-100 баллов (оценка «отлично»)	Задание выполнено в полном объеме, студент проявил высокий уровень самостоятельности и творческий подход к его выполнению. Студент демонстрирует знания и умения по выявлению требований целевых групп потребителей, на высоком профессиональном уровне провел анализ результатов исследования предпочтений целевых групп.
70-84 баллов (оценка «хорошо»)	Задание выполнено в полном объеме, имеются отдельные недостатки в оформлении представленного материала. В отчете представлено поэтапное решение практического задания с пояснениями. Студент умеет проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей и анализировать результат.
50-69 баллов (оценка «удовлетворительн о»)	Задание в целом выполнено, однако имеются недостатки при выполнении в ходе практики отдельных разделов (частей) задания, имеются замечания по оформлению результатов. При выполнении практического задания могут быть допущены ошибки, касающиеся выявления требований целевых групп потребителей и

	сегментирования рынка.
0-49 баллов (оценка «неудовлетворительно»)	Задание выполнено лишь частично, имеется большое количество ошибок и многочисленные замечания по оформлению материала. Работа проведена на низком профессиональном уровне, студент не демонстрирует умения выявлять требования целевых групп.

→ **ОЦЕНОЧНОЕ СРЕДСТВО Практическое задание № 2**

1. **Цель:** освоить необходимые компетенции по видам работ: «Изучение маркетинговой деятельности рекламного предприятия», «Характеристика решений и средств, направленных на продвижение рекламного продукта».
2. **Проверяемые компетенции (код):** ОК 1, ОК 2, ОК 4, ОК 6, ПК 3.2.
3. **Пример оценочного средства:**

На примере базы практики изучить маркетинговую деятельность рекламного предприятия:

1. Описать (дать общую характеристику) организации, являющейся местом прохождения практики
2. Описать схему управления основными технологическими процессами в организации
3. Описать маркетинговую деятельность рекламного предприятия
4. Охарактеризовать решения и средства, направленные на продвижение рекламного продукта (на примере одной рекламной компании).

Для более точной и детальной проработки данных вопросов необходимо работу провести совместно с сотрудниками организации-базы практик.

Результаты проделанной работы необходимо предоставить в отчете по практике.

4. **Критерии оценивания (по 100-балльной системе оценивания):**

Уровень освоения	Критерии
85-100 баллов (оценка «отлично»)	Задание выполнено в полном объеме, студент проявил высокий уровень самостоятельности и творческий подход к его выполнению.
70-84 баллов (оценка «хорошо»)	Задание выполнено в полном объеме, имеются отдельные недостатки в оформлении представленного материала
50-69 баллов (оценка «удовлетворительно»)	Задание в целом выполнено, однако имеются недостатки при выполнении в ходе практики отдельных разделов (частей) задания, имеются замечания по оформлению результатов.
0-49 баллов (оценка «неудовлетворительно»)	Задание выполнено лишь частично, имеется большое количество ошибок и многочисленные замечания по оформлению материала.

→ **ОЦЕНОЧНОЕ СРЕДСТВО Практическое задание № 3**

1. **Цель:** освоить необходимые компетенции по видам работ: «Разработка средств продвижения рекламного продукта», «Разработка маркетинговой части бизнес-плана».
2. **Проверяемые компетенции (код):** ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 7, ОК 8, ОК 9, ПК 3.2.
3. **Пример оценочного средства:**

Разработать маркетинговую часть бизнес-плана для нового проекта (над которым работает организация-база практик), включая маркетинговое исследование по выявлению требований целевых групп потребителей, а также разработку средств продвижения продукта или услуги.

Этапы работы:

1. Исследование рынка
2. Анализ конкуренции
3. Определение стратегии
4. План продвижения товаров и услуг
5. Ценовая политика
6. Факторы влияющие на ценовую стратегию
7. Маркетинговая стратегия
8. План сбыта (с описанием членов команды: должности, обязанности)
9. План рекламных мероприятий (с описанием членов команды: должности, обязанности)

Все структурные элементы должны быть подробно описаны в отчете по практике в приложении представлены фотодокументы, таблицы, графики, подтверждающие этапы выполнения практического задания.

4. Критерии оценивания (по 100-балльной системе оценивания):

Уровень освоения	Критерии
85-100 баллов (оценка «отлично»)	Задание выполнено в полном объеме, студент проявил высокий уровень самостоятельности и творческий подход к его выполнению. Студент демонстрирует знания и умения по выявлению требований целевых групп потребителей, на высоком профессиональном уровне разрабатывает средства продвижения рекламного продукта и маркетинговую часть бизнес-плана.
70-84 баллов (оценка «хорошо»)	Задание выполнено в полном объеме, имеются отдельные недостатки в оформлении представленного материала. В отчете представлено поэтапное решение практического задания (проекта) с пояснениями. Студент умеет проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей и анализировать результат. Присутствуют замечания, касающиеся разработки средства продвижения рекламного продукта или маркетинговой часть бизнес-плана.
50-69 баллов (оценка «удовлетворительно»)	Задание в целом выполнено, однако имеются недостатки при выполнении в ходе практики отдельных разделов (частей) задания, имеются замечания по оформлению результатов. При выполнении практического задания (проекта) могут быть допущены ошибки, касающиеся выявления требований целевых групп потребителей и разработки средств продвижения рекламного продукта. Маркетинговая часть бизнес-плана разработана с большим количеством замечаний.
0-49 баллов (оценка «неудовлетворительно»)	Задание выполнено лишь частично, имеется большое количество ошибок и многочисленные замечания по оформлению материала. Работа проведена на низком профессиональном уровне, студент не демонстрирует умения выявлять требования целевых групп или разрабатывать средства продвижения рекламного продукта. Маркетинговая часть бизнес-плана не разработана, либо разработана с большим количеством замечаний.

II ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ПРАКТИКЕ

1. **Форма проведения промежуточной аттестации** дифференцированный зачет

2. **Процедура проведения промежуточной аттестации:**

По итогам производственной практики (по профилю специальности) студенты сдают отчет. Защита отчета проходит в устной форме.

3. **ОЦЕНОЧНОЕ СРЕДСТВО** Отчет по практике

Критерии оценивания отчета по практике

4-балльная шкала (уровень освоения)	Показатели	Критерии
Отлично (85-100 баллов)	<ol style="list-style-type: none">1. Соответствие содержания отчета требованиям программы практики;2. Структурированность и полнота собранного материала;3. Полнота устного выступления, правильность ответов на вопросы при защите;4. Обоснованность сформулированных предложений.	При защите отчета студент продемонстрировал глубокие и системные знания, полученные при прохождении практики, свободно оперировал данными исследования и внес обоснованные предложения. Студент правильно и грамотно ответил на поставленные вопросы. Студент получил положительный отзыв от руководителя. Приложения логично связаны с текстовой частью отчета. Отчет сдан в установленный срок. Программа практики выполнена.
Хорошо (70-84 балла)		При защите отчета студент показал глубокие знания, полученные при прохождении практики, свободно оперировал данными исследования. В отчете были допущены ошибки, которые носят несущественный характер. Студент ответил на поставленные вопросы, но допустил некоторые ошибки, которые при наводящих вопросах были исправлены. Допускаются несущественные и стилистические ошибки. Оформление аккуратное. Приложения в основном связаны с текстовой частью. Отчет сдан в установленный срок. Программа практики выполнена
Удовлетворительно (50-69 баллов)		Отчет имеет поверхностный анализ собранного материала, нечеткую последовательность его изложения материала. Студент при защите отчета по практике не дал полных и аргументированных ответов на заданные вопросы. В отзыве

		руководителя имеются существенные замечания. Оформление аккуратное. Приложения в основном связаны с текстовой частью. Отчет сдан в установленный срок. Программа практики выполнена
Неудовлетворительно (0-49 баллов)		Отчет не имеет детализированного анализа собранного материала и не отвечает установленным требованиям. Студент затрудняется ответить на поставленные вопросы или допускает в ответах принципиальные ошибки. В отзыве руководителя имеются существенные критические замечания. Оформление неаккуратное. Приложения отсутствуют. Отчет сдан в установленный срок. Программа практики не выполнена.

4. ОЦЕНОЧНОЕ СРЕДСТВО Дневник по практике

Критерии оценивания дневника по практике

4-балльная шкала (уровень освоения)	Показатели	Критерии
Отлично (85 - 100 баллов)	1. Соответствие содержания дневника требованиям программы практики 2. Структурированность и полнота, правильность заполнения дневника	При заполнении дневника студент продемонстрировал то, что в процессе прохождения практики при выполнении работ были освоены необходимые по программе компетенции. Он свободно ориентируется в материалах проведенного исследования. Студент правильно и грамотно ответил на поставленные вопросы, получил положительный отзыв от руководителя
Хорошо (70-84 балла)	5. Полнота, правильность ответов на вопросы при защите 6. Обоснованность сформулированных предложений	При заполнении дневника студент продемонстрировал то, что в процессе прохождения практики при выполнении работ были освоены необходимые по программе компетенции. При этом в дневнике были допущены ошибки, которые носят несущественный характер. Студент ответил на поставленные вопросы, но допустил некоторые ошибки, которые при наводящих вопросах были исправлены. Студент получил положительный отзыв

		от руководителя
Удовлетворительно (50-69 баллов)		Дневник имеет поверхностный характер заполнения, нечеткую последовательность изложения записей. Студент при собеседовании не дал полных и аргументированных ответов на заданные вопросы. В отзыве руководителя имеются существенные замечания.
Неудовлетворительно (0-49 баллов)		Дневник не имеет детализированного характера заполнения и не отвечает установленным требованиям. Студент затрудняется ответить на поставленные вопросы или допускает в ответах принципиальные ошибки. В отзыве руководителя имеются существенные критические замечания.

5. Перечень вопросов для проведения устного опроса

Перечень вопросов	
1.	Задачи и цели рекламы
2.	Основные направления рекламной деятельности
3.	Виды рекламной деятельности
4.	Структуру рекламного рынка
5.	Понятие и признаки рекламы как разновидности информации
6.	Основные требования, предъявляемые к рекламе
7.	Специальные требования к рекламной деятельности
8.	Защита несовершеннолетних при производстве, размещении и распространении рекламы
9.	Система источников правового регулирования рекламной деятельности
10.	Регулирование рекламной деятельности за рубежом
11.	Международный кодекс рекламной практики
12.	Цели и задачи законодательства РФ о рекламе
13.	Основные права и обязанности участников рекламной деятельности (рекламодателя, рекламопроизводителя, рекламораспространителя)
14.	Классификация рекламы по предъявляемым к ней требованиям
15.	Особенности рекламы в радио- и телепрограммах
16.	Особенности рекламы в периодических печатных изданиях
17.	Особенности наружной рекламы (понятие, распространение)
18.	Особенности рекламы на транспортных средствах и почтовых отправлениях
19.	Особенности рекламы отдельных видов товаров (алкогольных напитков, табака и табачных изделий; медикаментов, изделий медицинского назначения, медицинской техники; оружия, вооружения и военной техники)
20.	Особенности рекламы финансовых, страховых, инвестиционных услуг и ценных

	бумаг
21.	Социальная реклама. Понятие и сущность ненадлежащей рекламы
22.	Виды ненадлежащей рекламы
23.	Недобросовестная реклама
24.	Недостоверная реклама
25.	Неэтичная реклама
26.	Ложная реклама
27.	Скрытая реклама
28.	Государственный контроль органов исполнительной власти за рекламой
29.	Полномочия федерального антимонопольного органа в области рекламы
30.	Понятие и виды юридической ответственности за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе
31.	Пределы ответственности участников рекламной деятельности
32.	Меры ответственность за нарушение законодательства о рекламе
33.	Маркетинговые исследования: их значение в рекламной деятельности

6. Критерии оценивания ответов на устные вопросы:

100-балльная шкала	Показатели	Критерии
Отлично (85-100 баллов)	1. Полнота и правильность ответа на поставленный вопрос 2. Степень осознанности, понимания изученного 3. Применение профессиональной терминологии в беседе	Студент полно излагает материал, дает правильное определение основных понятий. Понимает материал, может обосновать свои суждения, привести необходимые примеры. Излагает материал последовательно используя профессиональную терминологию
Хорошо (70-84 балла)		Студент полно излагает материал, дает правильное определение основных понятий. Студент допускает некоторые ошибки, имеются недочеты в последовательности излагаемого материала
Удовлетворительно (50-69 баллов)		Студент излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий, не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести примеры. Излагает материал непоследовательно и допускает ошибки в терминологии.
Неудовлетворительно (0-49 баллов)		Незнание большей части соответствующего вопроса, допускает ошибки в формулировке определений.

7. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов производственной практики (по профилю специальности) по ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта.

Контроль результатов освоения программы практики осуществляется руководителем

практики от Колледжа.

В результате освоения программы производственной практики (по профилю специальности) студенты проходят промежуточную аттестацию в форме дифференцированного зачета.

Отчетные документы о прохождении производственной практики (по профилю специальности):

положительный аттестационный лист;

заполненный дневник практики, содержащий положительную характеристику студента;

отчет о практике в соответствии с заданием на практику.

Отчет студента по практике должен максимально отражать его индивидуальную работу в период прохождения практики в соответствии с ее программой.

Отчет по практике состоит из следующих элементов:

▬ титульный лист;

▬ содержание;

▬ введение;

▬ основная часть в соответствии с программой практики;

▬ заключение;

▬ список использованной литературы и источников;

▬ приложение.

Общий объем отчета – 15-25 страниц печатного текста (без приложений).

Содержание основной части должно включать:

описание организации, на базе которой проходила практика, приводится его история, профиль и методы работы, место на рынке рекламных услуг, тенденции и перспективы развития;

описание основных структурных подразделений учреждения, штатного состава, специального оборудования, наличие профессиональной библиотеки, архива, имеющейся компьютерной техники и лицензионных программных продуктов;

описание лучших разработок (проектов) в области рекламы организации, с которыми ознакомился студент во время практики;

изложение сути индивидуального задания во время практики;

описание методики и последовательности выполнения задания, соответствующих видам деятельности: выявление требований целевых групп потребителей на основе анализа рынка; разработка средств продвижения рекламного продукта.

В приложении к отчету должны быть представлены материалы, демонстрирующие этапы разработки средств продвижения рекламного продукта.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Алтайский государственный университет»
Колледж Алтайского государственного университета
Отделение природопользования, сервиса и туризма

УТВЕРЖДЕНО
решением ученого совета АлтГУ
протокол № 04
от «26» 06 2023 г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по производственной практике(по профилю специальности)
по ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного
продукта
программы подготовки специалистов среднего звена по специальности
42.02.01 Реклама

Разработчик:

Прусова И.М.,
преподаватель, высшая к.к.



Одобрено на заседании отделения
природопользования, сервиса и туризма

Протокол № 05 от «21» 02 2023 г.

Согласовано:

Представитель организации-работодателя

М.П. Соклаков, директор ООО «Медиагруппа

«ФМ-Продакшн»

(Фамилия И.О., должность)




_____ (подпись)

Барнаул 2023

ПАСПОРТ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Перечень формируемых 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.
- 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.

Сформированность вышеперечисленных компетенций предполагает следующие результаты прохождения производственной практики (по профилю специальности) по ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта:

Компетенция	Планируемые результаты практики	Наименование оценочного средства
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	Знать: сущность и социальную значимость своей будущей профессии. Уметь: определять перспективы развития в профессиональной сфере; проводить самоанализ профессиональной пригодности.	Устный опрос Практическое задание №1 Практическое задание №2 Практическое задание №3
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	Знать: методы решения профессиональных задач. Уметь: прогнозировать результаты выполнения деятельности в соответствии с задачами;	Устный опрос Практическое задание №1 Практическое задание №2 Практическое задание №3

	оценивать результаты своей деятельности, их эффективность и качество.	
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	Знать: причины возникновения нестандартных ситуаций. Уметь: оценивать причины возникновения нестандартных ситуаций; находить пути решения ситуации; прогнозировать развитие ситуации; брать на себя ответственность за принятое решение.	Устный опрос Практическое задание №2
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	Знать: принципы классификации информации. Уметь: выделять профессионально-значимую информацию; пользоваться разнообразной справочной литературой, электронными ресурсами; определять соответствие информации поставленной задаче.	Устный опрос Практическое задание №2 Практическое задание №3
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	Знать: информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности. Уметь: предоставлять информацию в различных формах с использованием различного программного обеспечения; использовать средства ИТ для обработки и хранения информации.	Устный опрос Практическое задание №3
ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	Знать: стили общения и корпоративную культуру. Уметь: выбирать стиль общения в соответствии с ситуацией, вести деловую беседу в соответствии с этическими нормами.	Устный опрос Практическое задание №1 Практическое задание №2
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий	Знать: организацию выполняемых работ в соответствии с инструкциями. Уметь: ставить задачи перед коллективом; организовывать деятельность по	Устный опрос Практическое задание №2

	выполнению ресурсов команды; осуществлять контроль в соответствии с поставленной задачей.	
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	Знать: перспективы профессионального и личностного развития. Уметь: анализировать собственные сильные и слабые стороны; определять этапы достижения поставленных целей; определять необходимые внешние и внутренние ресурсы для достижения целей.	Устный опрос Практическое задание №1
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	Знать: технологии, используемые в профессиональной деятельности; источники информации о технологиях профессиональной деятельности. Уметь: анализировать производственную ситуацию; определять причины необходимости смены технологий или их усовершенствования.	Устный опрос Практическое задание №2
ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.	Знать: цели, задачи, принципы, объекты, субъекты, средства, методы и нормативно-правовую базу предпринимательской деятельности; действующие законодательство и обязательные требования нормативных документов. Уметь: эффективность планирования предпринимательской деятельности в профессиональной сфере; работать с нормативными документами в области предпринимательской деятельности; безошибочно использовать нормативные акты в профессиональной деятельности	Устный опрос Практическое задание №3
ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой,	Знать: принципы делового и межличностного общения; лексический и грамматический	Устный опрос Практическое задание №2

<p>базовыми умениями общения на иностранном языке.</p>	<p>минимум, необходимый для чтения и перевода иностранных текстов.</p> <p>Уметь: общаться (устно и письменно) на иностранном языке на профессиональные и повседневные темы; эффективность использования информационно-коммуникационных технологий в профессиональной сфере; устанавливать контакты с учетом межкультурных и этнических различий</p>	
<p>ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей</p>	<p>Знать: экономический механизм и экономические показатели деятельности рекламной организации; основные принципы работы организаций в условиях рыночной экономики.</p> <p>Уметь: составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта; работать с рекламой в средствах массовой информации.</p> <p>Иметь практический опыт: планирования, разработки и технического исполнения рекламного проекта.</p>	<p>Устный опрос Практическое задание №1 Отчет по практике</p>
<p>ПК 4.2. Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее</p>	<p>Знать: аспекты планирования рекламы.</p> <p>Уметь: проводить процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком; проводить презентацию рекламного продукта.</p> <p>Иметь практический опыт: контролирования соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя.</p>	<p>Устный опрос Практическое задание №2 Отчет по практике</p>
<p>ПК 4.3. Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт</p>	<p>Знать: пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов; основные федеральные законы и иные нормативные правовые</p>	<p>Устный опрос Практическое задание №3 Отчет по практике</p>

	<p>акты, регламентирующие рекламную деятельность в Российской Федерации; этапы принятия и реализации управленческих решений; классификацию целей менеджмента.</p> <p>Уметь: подготавливать авторскую документацию для регистрации авторских прав.</p> <p>Иметь практический опыт: взаимодействия с субъектами рекламной деятельности; подготовки документации для регистрации авторских прав.</p>	
--	---	--

I ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ ПО ПРАКТИКЕ

Типовые контрольные задания, необходимые для оценки планируемых результатов производственной практики (по профилю специальности) по ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта.

В том случае, если студент проходит практику в той организации, где нет возможности освоить навыки по выполнению какого-либо вида работ, он должен выполнить индивидуальное задание для полного освоения компетенций.

Перечень заданий соответствует видам работ, определенным в РП профессионального модуля.

→ **ОЦЕНОЧНОЕ СРЕДСТВО** Практическое задание №1

1. **Цель:** освоить необходимые компетенции по видам работ: «Участие в планировании, разработке и техническом исполнении рекламного проекта», «Участие в процедуре согласования макетов рекламного продукта с заказчиком», «Работа с рекламой в средствах массовой информации», «Участие в презентации рекламного продукта».

2. **Проверяемые компетенции (код):** ОК 1, ОК 2, ОК 6, ОК 8, ПК 4.1.

3. **Пример оценочного средства:**

Создать календарный план работы в составе коллектива исполнителей на период прохождения практики.

Прежде чем приступить к планированию своей деятельности необходимо ознакомиться с инструментами тайм-менеджмента. Это могут быть статьи в интернете или специальная литература.

Календарный план работы можно сделать в виде таблицы в Word, можно воспользоваться шаблоном календаря в Excel.

Для удобства можно использовать онлайн-сервисы: Яндекс. Календарь или Google-каленарь.

В плане работы отразить и определить свою роль в следующих видах деятельности организации (базы-практик):

Участие в планировании, разработке и техническом исполнении рекламного проекта;

Участие в процедуре согласования макетов рекламного продукта с заказчиком;

Работа с рекламой в средствах массовой информации;

Участие в презентации рекламного продукта.

Календарный план работы представить в приложении к отчету по практике. В отчете по практике необходимо описать ваш опыт работы в составе коллектива исполнителей: в планировании, разработке и техническом исполнении рекламного проекта, в процедуре согласования макетов рекламного продукта с заказчиком, участие в презентации рекламного продукта.

4. **Критерии оценивания** (по 100-балльной системе оценивания):

Уровень освоения	Критерии
85-100 баллов (оценка «отлично»)	Задание выполнено в полном объеме, студент проявил высокий уровень самостоятельности и творческий подход к его выполнению. Студент умеет организовать собственную деятельность, выбирает типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, демонстрирует умение работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями
70-84 баллов (оценка «хорошо»)	Задание выполнено в полном объеме, имеются отдельные недостатки в оформлении представленного материала. Студент демонстрирует навыки организации собственной деятельности, умение работать в

	коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями
50-69 баллов (оценка «удовлетворительно»)	Задание в целом выполнено, однако имеются недостатки при выполнении в ходе практики отдельных разделов (частей) задания, имеются замечания по оформлению результатов.
0-49 баллов (оценка «неудовлетворительно»)	Задание выполнено лишь частично, имеется большое количество ошибок и многочисленные замечания по оформлению материала. Студент не демонстрирует навыки организации собственной деятельности, умение работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями

→ **ОЦЕНОЧНОЕ СРЕДСТВО Практическое задание № 2**

- Цель:** освоить необходимые компетенции по видам работ: «Составление планов и графиков деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта», «Изучение процедуры контроля соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя».
- Проверяемые компетенции (код):** ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 6, ОК 7, ОК 9, ОК 11, ПК 4.2.

3. Пример оценочного средства:

- Совместно с сотрудниками организации (базы-практики) составить план по разработке и техническому исполнению рекламного проекта для иностранной организации. Определить свою роль при реализации плана.
Результаты проделанной работы необходимо предоставить в отчете по практике.
- Провести анализ рекламной компании на соответствие рекламной продукции требованиям рекламодателя (на основе любого рекламного продукта, который разрабатывался (разрабатывается) базой практики):
Сбор информации об эффективности рекламы;
Критический анализ проведенных рекламных мероприятий с выделением ошибок и сильных сторон;
Необходимая коррекция рекламной компании.
Документы, подтверждающие проведение анализа представить в приложении к отчету.

4. Критерии оценивания (по 100-балльной системе оценивания):

Уровень освоения	Критерии
85-100 баллов (оценка «отлично»)	Задание выполнено в полном объеме, студент проявил высокий уровень самостоятельности. Студент демонстрирует знания и умения по планированию, разработке и техническому исполнению рекламного проекта. Берет на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.
70-84 баллов (оценка «хорошо»)	Задание выполнено в полном объеме, имеются отдельные недостатки в оформлении представленного материала. При разработке плана студент берет на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий. Проведен анализ рекламной компании на соответствие рекламной продукции требованиям рекламодателя.
50-69 баллов	Задание в целом выполнено, однако имеются недостатки при

(оценка «удовлетворительно»)	выполнении в ходе практики отдельных разделов (частей) задания, имеются замечания по оформлению результатов.
0-49 баллов (оценка «неудовлетворительно»)	Задание выполнено лишь частично, имеется большое количество ошибок и многочисленные замечания по оформлению материала. Работа проведена на низком профессиональном уровне, студент не демонстрирует умения по составлению план по разработке и техническому исполнению рекламного проекта. В плане не прописывает свою роль при его реализации.

→ **ОЦЕНОЧНОЕ СРЕДСТВО Практическое задание № 3**

1. **Цель:** освоить необходимые компетенции по видам работ: «Изучение состава пакета документов для регистрации авторских прав», «Участие в подготовке документации для регистрации авторских прав», «Использование способов защиты средств индивидуализации в РФ».

2. **Проверяемые компетенции (код):** ОК 1, ОК 2, ОК 4, ОК 5, ОК 10, ПК 4.3.

3. **Пример оценочного средства:**

Подготовить пакет документов для регистрации авторского права на один рекламный продукт (на выбор):

- логотип,
- этикетка,
- рекламные слоганы,
- аудиовизуальные произведения (аудио-, видеоролики).

Этапы работы над заданием должны быть прописаны в отчете по практике, сам пакет документов размещен в приложении к отчёту.

4. **Критерии оценивания (по 100-балльной системе оценивания):**

Уровень освоения	Критерии
85-100 баллов (оценка «отлично»)	Задание выполнено в полном объеме, студент проявил высокий уровень самостоятельности. Студент демонстрирует знания и умения по подготовке пакета документов для регистрации авторского права.
70-84 баллов (оценка «хорошо»)	Задание выполнено в полном объеме, имеются отдельные недостатки в оформлении представленного материала. Студент демонстрирует знания и умения по подготовке пакета документов для регистрации авторского права.
50-69 баллов (оценка «удовлетворительно»)	Задание в целом выполнено, однако имеются недостатки при выполнении в ходе практики отдельных разделов (частей) задания, имеются замечания по оформлению результатов.
0-49 баллов (оценка «неудовлетворительно»)	Задание выполнено лишь частично, имеется большое количество ошибок и многочисленные замечания по оформлению материала. Работа проведена на низком профессиональном уровне, студент не демонстрирует знания и умения по подготовке пакета документов для регистрации авторского права.

II ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ПРАКТИКЕ

1. **Форма проведения промежуточной аттестации** дифференцированный зачет

2. **Процедура проведения промежуточной аттестации:**

По итогам производственной практики (по профилю специальности) студенты сдают отчет. Защита отчета проходит в устной форме.

3. **ОЦЕНОЧНОЕ СРЕДСТВО** Отчет по практике

Критерии оценивания отчета по практике

4-балльная шкала (уровень освоения)	Показатели	Критерии
Отлично (85-100 баллов)	<ol style="list-style-type: none">1. Соответствие содержания отчета требованиям программы практики;2. Структурированность и полнота собранного материала;3. Полнота устного выступления, правильность ответов на вопросы при защите;4. Обоснованность сформулированных предложений.	При защите отчета студент продемонстрировал глубокие и системные знания, полученные при прохождении практики, свободно оперировал данными исследования и внес обоснованные предложения. Студент правильно и грамотно ответил на поставленные вопросы. Студент получил положительный отзыв от руководителя. Приложения логично связаны с текстовой частью отчета. Отчет сдан в установленный срок. Программа практики выполнена.
Хорошо (70-84 балла)		При защите отчета студент показал глубокие знания, полученные при прохождении практики, свободно оперировал данными исследования. В отчете были допущены ошибки, которые носят несущественный характер. Студент ответил на поставленные вопросы, но допустил некоторые ошибки, которые при наводящих вопросах были исправлены. Допускаются несущественные и стилистические ошибки. Оформление аккуратное. Приложения в основном связаны с текстовой частью. Отчет сдан в установленный срок. Программа практики выполнена
Удовлетворительно (50-69 баллов)		Отчет имеет поверхностный анализ собранного материала, нечеткую последовательность его изложения материала. Студент при защите отчета по практике не дал полных и аргументированных ответов на заданные вопросы. В отзыве

		руководителя имеются существенные замечания. Оформление аккуратное. Приложения в основном связаны с текстовой частью. Отчет сдан в установленный срок. Программа практики выполнена
Неудовлетворительно (0-49 баллов)		Отчет не имеет детализированного анализа собранного материала и не отвечает установленным требованиям. Студент затрудняется ответить на поставленные вопросы или допускает в ответах принципиальные ошибки. В отзыве руководителя имеются существенные критические замечания. Оформление неаккуратное. Приложения отсутствуют. Отчет сдан в установленный срок. Программа практики не выполнена.

4. ОЦЕНОЧНОЕ СРЕДСТВО Дневник по практике

Критерии оценивания дневника по практике

4-балльная шкала (уровень освоения)	Показатели	Критерии
Отлично (85 - 100 баллов)	1. Соответствие содержания дневника требованиям программы практики 2. Структурированность и полнота, правильность заполнения дневника	При заполнении дневника студент продемонстрировал то, что в процессе прохождения практики при выполнении работ были освоены необходимые по программе компетенции. Он свободно ориентируется в материалах проведенного исследования. Студент правильно и грамотно ответил на поставленные вопросы, получил положительный отзыв от руководителя
Хорошо (70-84 балла)	7. Полнота, правильность ответов на вопросы при защите 8. Обоснованность сформулированных предложений	При заполнении дневника студент продемонстрировал то, что в процессе прохождения практики при выполнении работ были освоены необходимые по программе компетенции. При этом в дневнике были допущены ошибки, которые носят несущественный характер. Студент ответил на поставленные вопросы, но допустил некоторые ошибки, которые при наводящих вопросах были исправлены. Студент получил положительный отзыв

		от руководителя
Удовлетворительно (50-69 баллов)		Дневник имеет поверхностный характер заполнения, нечеткую последовательность изложения записей. Студент при собеседовании не дал полных и аргументированных ответов на заданные вопросы. В отзыве руководителя имеются существенные замечания.
Неудовлетворительно (0-49 баллов)		Дневник не имеет детализированного характера заполнения и не отвечает установленным требованиям. Студент затрудняется ответить на поставленные вопросы или допускает в ответах принципиальные ошибки. В отзыве руководителя имеются существенные критические замечания.

5. Перечень вопросов для проведения устного опроса

	Перечень вопросов
1.	Экономический механизм и экономические показатели деятельности рекламной организации
2.	Основные принципы работы организаций в условиях рыночной экономики
3.	Пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов
4.	Объекты авторского права в рекламе. Авторы
5.	Оформление и подготовка документов на регистрацию авторских прав
6.	Правила регистрации авторского права
7.	Международная регистрация прав Copyright
8.	Торговый знак в рекламе
9.	Основные федеральные законы и иные нормативные правовые акты, регламентирующие рекламную деятельность в Российской Федерации
10.	Система источников правового регулирования рекламной деятельности
11.	Регулирование рекламной деятельности за рубежом
12.	Международный кодекс рекламной практики
13.	Рекламное законодательство Российской Федерации
14.	Цели и задачи законодательства РФ о рекламе
15.	Основные принципы рекламного законодательства России
16.	Государственный контроль органов исполнительной власти за рекламой
17.	Полномочия федерального антимонопольного органа в области рекламы
18.	Понятие и виды юридической ответственности за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе
19.	Пределы ответственности участников рекламной деятельности
20.	Меры ответственность за нарушение законодательства о рекламе

21.	Особенности гражданско-правовой ответственности за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе
22.	Административная ответственность за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе
23.	Уголовная ответственность за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе
24.	Аспекты планирования рекламы
25.	Медиапланирование и медиастратегия компании
26.	Медиапланирование: основные термины и показатели
27.	Этапы принятия и реализации управленческих решений
28.	Классификация целей менеджмента
29.	Оценка эффективности рекламы
30.	Понятие эффективности рекламы и ее составляющие
31.	Оценка эффективности видов и средств (носителей) рекламы

6. Критерии оценивания ответов на устные вопросы:

100-балльная шкала	Показатели	Критерии
Отлично (85-100 баллов)	1. Полнота и правильность ответа на поставленный вопрос 2. Степень осознанности, понимания изученного 3. Применение профессиональной терминологии в беседе	Студент полно излагает материал, дает правильное определение основных понятий. Понимает материал, может обосновать свои суждения, привести необходимые примеры. Излагает материал последовательно используя профессиональную терминологию
Хорошо (70-84 балла)		Студент полно излагает материал, дает правильное определение основных понятий. Студент допускает некоторые ошибки, имеются недочеты в последовательности излагаемого материала
Удовлетворительно (50-69 баллов)		Студент излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий, не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести примеры. Излагает материал непоследовательно и допускает ошибки в терминологии.
Неудовлетворительно (0-49 баллов)		Незнание большей части соответствующего вопроса, допускает ошибки в формулировке определений.

7. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов производственной практики (по профилю специальности) по ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта.

Контроль результатов освоения программы практики осуществляется руководителем практики от Колледжа.

В результате освоения программы производственной практики (по профилю специальности) студенты проходят промежуточную аттестацию в форме дифференцированного зачета.

Отчетные документы о прохождении производственной практики (по профилю специальности):

положительный аттестационный лист;

заполненный дневник практики, содержащий положительную характеристику студента;

отчет о практике в соответствии с заданием на практику.

Отчет студента по практике должен максимально отражать его индивидуальную работу в период прохождения практики в соответствии с ее программой.

Отчет по практике состоит из следующих элементов:

- титульный лист;
- содержание;
- введение;
- основная часть в соответствии с программой практики;
- заключение;
- список использованной литературы и источников;
- приложение.

Общий объем отчета – 15-25 страниц печатного текста (без приложений).

Содержание основной части должно включать:

описание организации, на базе которой проходила практика, приводится его история, профиль и методы работы, место на рынке рекламных услуг, тенденции и перспективы развития;

описание основных структурных подразделений учреждения, штатного состава, специального оборудования, наличие профессиональной библиотеки, архива, имеющейся компьютерной техники и лицензионных программных продуктов;

описание лучших разработок (проектов) в области рекламы организации, с которыми ознакомился студент во время практики;

изложение сути индивидуального задания во время практики;

описание методики и последовательности выполнения задания, соответствующих видам деятельности: планирование собственной работы в составе коллектива исполнителей; проведение самоконтроля изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее; подготовка документов для регистрации авторского права на рекламный продукт.

В приложении к отчету должны быть представлены материалы, демонстрирующие этапы работы над индивидуальными заданиями.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Алтайский государственный университет»
Колледж Алтайского государственного университета
Отделение природопользования, сервиса и туризма

УТВЕРЖДЕНО
решением ученого совета АлтГУ
протокол № 04
от «26» 06 2023 г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по производственной практике(по профилю специальности)
по ПМ.05 Выполнение работ по должности служащего Агент рекламный
программы подготовки специалистов среднего звена по специальности
42.02.01 Реклама

Разработчик:
Прусова И.М.,
преподаватель, высшая к.к.



Одобрено на заседании отделения
природопользования, сервиса и туризма
Протокол № 05 от «21» 02 2023 г.
Согласовано:

Представитель организации-работодателя
М.П. Соклаков, директор ООО «Медиагруппа
«ФМ-Продакшн»
(Фамилия И.О., должность)




(подпись)

Барнаул 2023

ПАСПОРТ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

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

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

ПК 3.1. Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.

ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.

Сформированность вышеперечисленных компетенций предполагает следующие результаты прохождения производственной практики (по профилю специальности) по ПМ.05 Выполнение работ по должности служащего Агент рекламный:

Компетенция	Планируемые результаты практики	Наименование оценочного средства
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	Знать: сущность и социальную значимость своей будущей профессии. Уметь: определять перспективы развития в профессиональной сфере; проводить самоанализ профессиональной пригодности.	Устный опрос Практическое задание №1 Практическое задание №2 Практическое задание №3
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	Знать: методы решения профессиональных задач. Уметь: прогнозировать результаты выполнения деятельности в соответствии с задачами; оценивать результаты своей деятельности, их эффективность и качество.	Устный опрос Практическое задание №1 Практическое задание №2 Практическое задание №3 Практическое задание №4 Практическое задание №5 Практическое задание №7
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и	Знать: причины возникновения нестандартных ситуаций.	Устный опрос Практическое задание №3

нести за них ответственность	<p>Уметь:</p> <p>оценивать причины возникновения нестандартных ситуаций;</p> <p>находить пути решения ситуации;</p> <p>прогнозировать развитие ситуации;</p> <p>брать на себя ответственность за принятое решение.</p>	Практическое задание №4
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	<p>Знать:</p> <p>принципы классификации информации.</p> <p>Уметь:</p> <p>выделять профессионально-значимую информацию;</p> <p>пользоваться разнообразной справочной литературой, электронными ресурсами;</p> <p>определять соответствие информации поставленной задаче.</p>	<p>Устный опрос</p> <p>Практическое задание №1</p> <p>Практическое задание №3</p> <p>Практическое задание №5</p> <p>Практическое задание №6</p>
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности	<p>Знать:</p> <p>информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.</p> <p>Уметь:</p> <p>предоставлять информацию в различных формах с использованием различного программного обеспечения;</p> <p>использовать средства ИТ для обработки и хранения информации.</p>	<p>Устный опрос</p> <p>Практическое задание №2</p>
ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	<p>Знать:</p> <p>стили общения и корпоративную культуру.</p> <p>Уметь:</p> <p>– выбирать стиль общения в соответствии с ситуацией, вести деловую беседу в соответствии с этическими нормами.</p>	<p>Устный опрос</p> <p>Практическое задание №1</p> <p>Практическое задание №3</p> <p>Практическое задание №4</p> <p>Практическое задание №7</p>
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	<p>Знать:</p> <p>перспективы профессионального и личностного развития.</p> <p>Уметь:</p> <p>анализировать собственные сильные и слабые стороны;</p> <p>определять этапы достижения поставленных целей;</p> <p>определять необходимые внешние и внутренние ресурсы для достижения целей.</p>	<p>Устный опрос</p> <p>Практическое задание №4</p>
ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и	<p>Знать:</p> <p>цели, задачи, принципы, объекты, субъекты, средства, методы и</p>	<p>Устный опрос</p> <p>Практическое задание №5</p>

<p>особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.</p>	<p>нормативно-правовую базу предпринимательской деятельности; действующие законодательство и обязательные требования нормативных документов.</p> <p>Уметь: эффективность планирования предпринимательской деятельности в профессиональной сфере; работать с нормативными документами в области предпринимательской деятельности; безошибочно использовать нормативные акты в профессиональной деятельности</p>	<p>Практическое задание №7</p>
<p>ПК 3.1. Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка</p>	<p>Знать: структуру рекламного рынка.</p> <p>Уметь: проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей; анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп.</p> <p>Иметь практический опыт: – выявления требований целевых групп потребителей.</p>	<p>Устный опрос Практическое задание №1 Практическое задание №2 Практическое задание №3 Отчет по практике</p>
<p>ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта</p>	<p>Знать: задачи, цели и общие требования к рекламе; основные направления рекламной деятельности; виды рекламной деятельности.</p> <p>Уметь: проводить сегментирование рынка; принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта.</p> <p>Иметь практический опыт: разработки средств продвижения рекламного продукта; – разработки маркетинговой части бизнес-плана.</p>	<p>Устный опрос Практическое задание №4 Практическое задание №5 Практическое задание №6 Практическое задание №7 Отчет по практике</p>

I ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ ПО ПРАКТИКЕ

Типовые контрольные задания, необходимые для оценки планируемых результатов производственной практики (по профилю специальности) по ПМ.05 Выполнение работ по должности служащего Агент рекламный.

В том случае, если студент проходит практику в той организации, где нет возможности освоить навыки по выполнению какого-либо вида работ, он должен выполнить индивидуальное задание для полного освоения компетенций.

Перечень заданий соответствует видам работ, определенным в РП профессионального модуля.

➤ **ОЦЕНОЧНОЕ СРЕДСТВО Практическое задание №1**

1. Цель: освоить необходимые компетенции по видам работ: «Анализ целевой аудитории для вывода на рынок нового товара (по заказу рекламодателя)».

2. Проверяемые компетенции (код): ОК 1, ОК 2, ОК 4, ОК 6, ПК 3.1.

3. Пример оценочного средства:

Провести анализ целевой аудитории по для вывода на рынок нового товара/ услуги (на примере кейсов организации-базы практики) по методике Марка Шеррингтона.

- Что? (What?) – сегментация по типу товара: какие товары или услуги вы предлагаете.
- Кто? (Who?) – сегментация по типу потребителя: возраст, пол, место жительства, семейное положение и т.д.
- Почему? (Why?) – сегментация по типу мотивации к совершению покупки: чем руководствуется клиент, покупая этот товар или услугу? Какую проблему потребителя решает этот продукт?
- Когда? (When?) – сегментация по ситуации, в которой продукт покупают: когда, в какой ситуации возникает потребность или желание купить продукт?
- Где? (Where?) – сегментация по месту покупок: в каком месте контакта с клиентом можно повлиять на его решение приобрести товар? Где люди склонны покупать этот продукт?

Результаты проведенного анализа представить в отчете по практике.

4. Критерии оценивания (по 100-балльной системе оценивания):

Уровень освоения	Критерии
85-100 баллов (оценка «отлично»)	Задание выполнено в полном объеме, студент проявил высокий уровень самостоятельности и творческий подход к его выполнению. Студент умеет организовать собственную деятельность, выбирает типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, анализ целевой аудитории для вывода на рынок нового товара проведен в полном объеме и подробно представлен в отчете
70-84 баллов (оценка «хорошо»)	Задание выполнено в полном объеме, имеются отдельные недостатки в оформлении представленного материала. Студент демонстрирует навыки организации собственной деятельности.
50-69 баллов (оценка «удовлетворитель»)	Задание в целом выполнено, однако имеются недостатки при выполнении в ходе практики отдельных разделов (частей) задания, имеются замечания по оформлению результатов. Предложенная

но»)	методика не проработана, многие пункты не раскрыты.
0-49 баллов (оценка «неудовлетвори- тельно»)	Задание выполнено лишь частично, имеется большое количество ошибок и многочисленные замечания по оформлению материала. Студент не демонстрирует навыки организации собственной деятельности и (или) анализа целевой аудитории для вывода на рынок нового товара.

➤ **ОЦЕНОЧНОЕ СРЕДСТВО** Практическое задание № 2

1. Цель: освоить необходимые компетенции по видам работ: «Составление портрета потребителя с основными социальными, психологическими и потребительскими характеристикам», «Разработка оригинального креативного рекламного решения, соответствующего указанному портрету потребителя».

2. Проверяемые компетенции (код): ОК 1, ОК 2, ОК 5, ПК 3.1.

3. Пример оценочного средства:

1. Разработать инфографику с основными составляющими портрета целевой аудитории:

- Пол;
- Возраст;
- Семейное положение;
- Дети;
- Место проживания;
- Род занятий;
- Уровень дохода;
- Социальный статус;
- Место обитания;
- Неудовлетворенность продуктом;
- Последствия не решения своей проблемы клиентом;
- Препятствия решения своей проблемы клиентом;
- Принятие решения о покупке;
- Факторы принятия решения о покупке;
- Что важно и ценно для клиента;
- Боли;
- Страхи;
- Опасности перед покупкой;
- Восприятие цены на товар/услугу;
- Готовность к покупке;
- Сравнение с конкурентами;
- Источники информации у целевой аудитории;
- Методы оплаты.

Этапы работы над заданием прописываются в отчете по практике. Инфографика с основными составляющими портрета целевой аудитории размещается в приложении к отчету.

2. Разработать креативное рекламное решение (идею) по продаже товара/услуги, соответствующее указанному портрету потребителя.

Описание и обоснование рекламной идеи размещается в отчете по практике.

4. Критерии оценивания (по 100-балльной системе оценивания):

Уровень освоения	Критерии
85-100 баллов (оценка «отлично»)	Задание выполнено в полном объеме, студент проявил высокий уровень профессионализма. Студент демонстрирует знания и умения по разработке креативного рекламного решения. В инфографике подробно представлен портрет целевой аудитории. Материал по результатам работы представлен в приложении.
70-84 баллов (оценка «хорошо»)	Задание выполнено в полном объеме, имеются отдельные недостатки в оформлении представленного материала. При разработке инфографики студент проявил творческий подход, однако не все пункты в ней отражены. Рекламное решение (идея) по продаже товара/услуги подробно описано в отчете, однако не отличается оригинальностью.
50-69 баллов (оценка «удовлетворительно»)	Задание в целом выполнено, однако имеются недостатки при выполнении в ходе практики отдельных разделов (частей) задания, имеются замечания по оформлению результатов. Могут присутствовать ошибки при разработке инфографики с основными составляющими портрета целевой аудитории (не точность или неполнота портрета). Рекламное решение (идея) представлено, однако оно не направлено на обозначенную целевую аудиторию.
0-49 баллов (оценка «неудовлетворительно»)	Задание выполнено лишь частично, имеется большое количество ошибок и многочисленные замечания по оформлению материала. Работа проведена на низком профессиональном уровне, студент не демонстрирует умения по разработке креативной рекламной идеи. Инфографика разработана с грубыми ошибками/замечаниями.

➤ **ОЦЕНОЧНОЕ СРЕДСТВО** Практическое задание № 3

1. **Цель:** освоить необходимые компетенции по видам работ: «Разработка сценария работы с фокус-группой».
2. **Проверяемые компетенции (код):** ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 6, ПК 3.1.
3. **Пример оценочного средства:**
 Разработать сценарий работы с фокус-группой. Реализовать данный сценарий в работе.
 Этапы разработки сценария:
 - 1) Собрать исследовательскую команду, определить роли и обязанности каждого члена команды.
 - 2) Решить, какие решения / действия будут приняты на основе результатов фокус-группы.
 - 3) Решить, какие информационные и технические средства необходимы для исследования.
 - 4) Вкратце заслушать модератора о первичных результатах, важных вопросах и мнениях.
 - 5) Определить, какая информация необходима для стимулирования респондентов
 - 6) Подготовить список проблемных областей, от общих - к частным.
 - 7) Подготовить список дополнительных вопросов по каждой теме. Подумать о контингенте.
 - 8) Подготовить дополнительные вопросы в случае вероятных ответов.
 - 9) Подготовить переходные вопросы для перехода к новой теме, или представления

стимульного

материала.

10) Проверить сценарий и убрать из него любые второстепенные темы, закрытые или количественные вопросы. Приблизительно рассчитать время, которое может быть затрачено на каждую тему.

Сценарий работы с фокус-группой представить в приложении к отчету по практике.

4. Критерии оценивания (по 100-балльной системе оценивания):

Уровень освоения	Критерии
85-100 баллов (оценка «отлично»)	Задание выполнено в полном объеме, студент проявил высокий уровень самостоятельности. Студент демонстрирует знания и умения по планированию, разработке сценария. Берет на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.
70-84 баллов (оценка «хорошо»)	Задание выполнено в полном объеме, имеются отдельные недостатки в оформлении представленного материала, не все моменты и нюансы были учтены либо проработаны. При разработке сценария студент берет на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.
50-69 баллов (оценка «удовлетворительно»)	Задание в целом выполнено, однако имеются недостатки при выполнении в ходе практики отдельных разделов (частей) задания, имеются замечания по оформлению результатов. Реализация данного сценария на практике не дала результата, он является не эффективным.
0-49 баллов (оценка «неудовлетворительно»)	Задание выполнено лишь частично, имеется большое количество ошибок и многочисленные замечания по оформлению материала. Работа проведена на низком профессиональном уровне, студент не демонстрирует умения по разработке сценария для работы с фокус-группой. Студент не прописывает свою роль при его реализации.

➤ ОЦЕНОЧНОЕ СРЕДСТВО Практическое задание № 4

1. **Цель:** освоить необходимые компетенции по видам работ: «Поиск клиентов, консультирование клиента по предлагаемому товару, услуге».

2. **Проверяемые компетенции (код):** ОК 2, ОК 3, ОК 6, ОК 8, ПК 3.2.

3. **Пример оценочного средства:**

1. Разработать способы привлечения новых клиентов: активные, пассивные и комбинированные.
2. На основе одного из способов привлечь нового клиента
3. Провести консультацию клиента по предлагаемому товару, услуге
4. Описать разработанные способы привлечения клиентов и результаты их использования в отчете по практике: положительные и отрицательные моменты выбора методики, а также пути эффективного решения проблемных ситуаций.

4. Критерии оценивания (по 100-балльной системе оценивания):

Уровень освоения	Критерии
85-100 баллов	Задание выполнено в полном объеме, студент проявил высокий

(оценка «отлично»)	уровень самостоятельности. Студент демонстрирует знания и умения по поиску клиентов, консультированию клиента по предлагаемому товару, услуге, организывает собственную деятельность, выбирает типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, принимает решения в стандартных и нестандартных ситуациях, определяет задачи профессионального и личностного развития.
70-84 баллов (оценка «хорошо»)	Задание выполнено в полном объеме, имеются отдельные недостатки в оформлении представленного материала. Студент демонстрирует знания и умения по поиску клиентов, консультированию клиента по предлагаемому товару, услуге.
50-69 баллов (оценка «удовлетворительно»)	Задание в целом выполнено, однако имеются недостатки при выполнении в ходе практики отдельных разделов (частей) задания, имеются замечания по оформлению результатов.
0-49 баллов (оценка «неудовлетворительно»)	Задание выполнено лишь частично, имеется большое количество ошибок и многочисленные замечания по оформлению материала. Работа проведена на низком профессиональном уровне, студент не демонстрирует знания и умения по поиску клиентов, консультированию клиента по предлагаемому товару, услуге, организации собственной деятельности.

➤ **ОЦЕНОЧНОЕ СРЕДСТВО Практическое задание № 5**

1. Цель: освоить необходимые компетенции по видам работ: «Определение цели и концепции рекламной кампании», «Разработка стратегии и тактики проведения рекламной кампании», «Выбор средств распространения рекламного продукта, времени и способов размещения в СМИ», «Разработка маркетингового раздела бизнес-плана», «Расчет бюджета рекламной кампании».

2. Проверяемые компетенции (код): ОК 2, ОК 4, ОК 10, ПК 3.2.

3. Пример оценочного средства:

Разработать концепцию и план проведения рекламной кампании (на примере кейса организации-базы практик).

Основной комплекс вопросов (разделов), которые должны быть включены:

- количественные и качественные цели кампании;
- анализ особенностей, связанные с географией рекламной активности, спецификой рыночных условий, рекламируемого товара, целевых групп рекламного воздействия (т.е. маркетинговый анализ товара, потребителя и рынка);
- обоснование подходов к разработке рекламной идеи и содержания рекламных посланий с учетом восприятия их целевой аудиторией;
- обоснование выбора видов, средств и методов рекламного информирования, анализ возможностей средств массовой информации, которые могут быть использованы для реализации рекламной кампании;
- основные этапы проведения рекламной кампании;
- медиаплан, расчет бюджета и план-график подготовки и реализации рекламных мероприятий.

Результаты проделанной работы описать в отчете по практике, медиаплан, маркетинговый раздел бизнес-плана представить в приложении к отчету.

4. Критерии оценивания (по 100-балльной системе оценивания):

Уровень освоения	Критерии
85-100 баллов (оценка «отлично»)	Задание выполнено в полном объеме, студент проявил высокий уровень самостоятельности. Студент демонстрирует знания и умения по разработке концепции и плана проведения рекламной компании
70-84 баллов (оценка «хорошо»)	Задание выполнено в полном объеме, имеются отдельные недостатки в оформлении представленного материала. Студент демонстрирует знания и умения по разработке концепции и плана проведения рекламной компании
50-69 баллов (оценка «удовлетворительно»)	Задание в целом выполнено, однако имеются недостатки при выполнении в ходе практики отдельных разделов (частей) задания, имеются замечания по оформлению результатов.
0-49 баллов (оценка «неудовлетворительно»)	Задание выполнено лишь частично, имеется большое количество ошибок и многочисленные замечания по оформлению материала. Работа проведена на низком профессиональном уровне, студент не демонстрирует знания и умения по разработке концепции и плана проведения рекламной компании

➤ ОЦЕНОЧНОЕ СРЕДСТВО Практическое задание № 6

1. **Цель:** освоить необходимые компетенции по видам работ: «Подготовка текста рекламного объявления по рекламному продукту с учетом обязательных требований к рекламе, закрепленных ФЗ «О рекламе»».
2. **Проверяемые компетенции (код):** ОК 4, ПК 3.2.
3. **Пример оценочного средства:**

Напишите рекламный текст на иностранном языке для продвижения товара/услуг, ориентированного на иностранного клиента: нотариальной конторы, пиар- или модельного агентства, галереи, магазина и др. (на выбор). Проанализируйте его с точки зрения жанрообразующих признаков. При написании текста учесть обязательные требования к рекламе, закрепленные в ФЗ «О рекламе».

Текст рекламного объявления разместить в приложении к отчету. В самом отчете обосновать концепцию данного сообщения, как учтены особенности целевой аудитории-иностранного гражданина и форму подачи.

4. Критерии оценивания (по 100-балльной системе оценивания):

Уровень освоения	Критерии
85-100 баллов (оценка «отлично»)	Задание выполнено в полном объеме, студент проявил высокий уровень самостоятельности. Студент демонстрирует знания и умения по разработке рекламного текста/ сообщения, в нём прослеживается точный фокус на марке и ее позиционировании, обозначена значимость мотива выбора/ потребления, сообщение ясно сформулировано, заложенная концепция уникальная/ яркая. Студент обладает информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке

70-84 баллов (оценка «хорошо»)	Задание выполнено в полном объеме, имеются отдельные недостатки в оформлении представленного материала. Рекламный текст/сообщение логично выстроено, обозначена целевая аудитория и значимость для потребителя, однако идея не является уникальной.
50-69 баллов (оценка «удовлетворительно»)	Задание в целом выполнено, однако имеются недостатки при выполнении в ходе практики отдельных разделов (частей) задания, имеются замечания по оформлению результатов. Студентом был составлен рекламный текст, определена концепция, однако были допущены ошибки. Не прослеживается фокус на марке. Имеются ошибки при формулировании сообщения на иностранном языке.
0-49 баллов (оценка «неудовлетворительно»)	Задание выполнено лишь частично, имеется большое количество ошибок и многочисленные замечания по оформлению материала. Работа проведена на низком профессиональном уровне, студент не демонстрирует знания и умения по разработке рекламного текста/сообщения, знаний иностранного языка на базовом уровне.

➤ **ОЦЕНОЧНОЕ СРЕДСТВО Практическое задание № 7**

1. **Цель:** освоить необходимые компетенции по видам работ: «Заключение договоров, ведение отчетности».
2. **Проверяемые компетенции (код):** ОК 2, ОК 6, ОК 10, ПК 3.2.
3. **Пример оценочного средства:**
 1. Подготовить пакет документов для заключения договоров с заказчиком.
 2. Подготовить пакет документов для регистрации авторского права на один рекламный продукт (на выбор):
 - логотип,
 - этикетка,
 - рекламные слоганы,
 - аудиовизуальные произведения (аудио-, видеоролики).

Этапы работы над заданием должны быть прописаны в отчете по практике, сам пакет документов размещен в приложении к отчёту.

4. **Критерии оценивания (по 100-балльной системе оценивания):**

Уровень освоения	Критерии
85-100 баллов (оценка «отлично»)	Задание выполнено в полном объеме, студент проявил высокий уровень самостоятельности. Студент демонстрирует знания и умения по подготовке пакета документов для регистрации авторского права и заключения договоров с заказчиком.
70-84 баллов (оценка «хорошо»)	Задание выполнено в полном объеме, имеются отдельные недостатки в оформлении представленного материала. Студент демонстрирует знания и умения по подготовке пакета документов для регистрации авторского права и заключения договоров с заказчиком.
50-69 баллов (оценка «удовлетворительно»)	Задание в целом выполнено, однако имеются недостатки при выполнении в ходе практики отдельных разделов (частей) задания, имеются замечания по оформлению результатов.
0-49 баллов (оценка	Задание выполнено лишь частично, имеется большое количество ошибок и многочисленные замечания по оформлению материала.

«неудовлетворительно»)	Работа проведена на низком профессиональном уровне, студент не демонстрирует знания и умения по подготовке пакета документов для регистрации авторского права и заключения договоров с заказчиком.
-------------------------------	--

II ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ПРАКТИКЕ

1. Форма проведения промежуточной аттестации дифференцированный зачет

2. Процедура проведения промежуточной аттестации:

По итогам производственной практики (по профилю специальности) студенты сдают отчет. Защита отчета проходит в устной форме.

3. ОЦЕНОЧНОЕ СРЕДСТВО Отчет по практике

Критерии оценивания отчета по практике

4-балльная шкала (уровень освоения)	Показатели	Критерии
Отлично (85-100 баллов)	<ol style="list-style-type: none">1. Соответствие содержания отчета требованиям программы практики;2. Структурированность и полнота собранного материала;3. Полнота устного выступления, правильность ответов на вопросы при защите;4. Обоснованность сформулированных предложений.	При защите отчета студент продемонстрировал глубокие и системные знания, полученные при прохождении практики, свободно оперировал данными исследования и внес обоснованные предложения. Студент правильно и грамотно ответил на поставленные вопросы. Студент получил положительный отзыв от руководителя. Приложения логично связаны с текстовой частью отчета. Отчет сдан в установленный срок. Программа практики выполнена.
Хорошо (70-84 балла)		При защите отчета студент показал глубокие знания, полученные при прохождении практики, свободно оперировал данными исследования. В отчете были допущены ошибки, которые носят несущественный характер. Студент ответил на поставленные вопросы, но допустил некоторые ошибки, которые при наводящих вопросах были исправлены. Допускаются несущественные и стилистические ошибки. Оформление аккуратное. Приложения в основном связаны с текстовой частью. Отчет сдан в установленный срок. Программа практики выполнена.
Удовлетворительно (50-69 баллов)		Отчет имеет поверхностный анализ собранного материала, нечеткую последовательность его изложения материала. Студент при защите отчета по практике не дал полных и аргументированных ответов на заданные вопросы. В отзыве руководителя имеются существенные

		замечания. Оформление аккуратное. Приложения в основном связаны с текстовой частью. Отчет сдан в установленный срок. Программа практики выполнена
Неудовлетворительно (0-49 баллов)		Отчет не имеет детализированного анализа собранного материала и не отвечает установленным требованиям. Студент затрудняется ответить на поставленные вопросы или допускает в ответах принципиальные ошибки. В отзыве руководителя имеются существенные критические замечания. Оформление неаккуратное. Приложения отсутствуют. Отчет сдан в установленный срок. Программа практики не выполнена.

4 ОЦЕНОЧНОЕ СРЕДСТВО Дневник по практике

Критерии оценивания дневника по практике

4-балльная шкала (уровень освоения)	Показатели	Критерии
Отлично (85 - 100 баллов)	1. Соответствие содержания дневника требованиям программы практики 2. Структурированность и полнота, правильность заполнения дневника	При заполнении дневника студент продемонстрировал то, что в процессе прохождения практики при выполнении работ были освоены необходимые по программе компетенции. Он свободно ориентируется в материалах проведенного исследования. Студент правильно и грамотно ответил на поставленные вопросы, получил положительный отзыв от руководителя
Хорошо (70-84 балла)	9. Полнота, правильность ответов на вопросы при защите 10. Обоснованность сформулированных предложений	При заполнении дневника студент продемонстрировал то, что в процессе прохождения практики при выполнении работ были освоены необходимые по программе компетенции. При этом в дневнике были допущены ошибки, которые носят несущественный характер. Студент ответил на поставленные вопросы, но допустил некоторые ошибки, которые при наводящих вопросах были исправлены. Студент получил положительный отзыв от руководителя

Удовлетворительно (50-69 баллов)		Дневник имеет поверхностный характер заполнения, нечеткую последовательность изложения записей. Студент при собеседовании не дал полных и аргументированных ответов на заданные вопросы. В отзыве руководителя имеются существенные замечания.
Неудовлетворительно (0-49 баллов)		Дневник не имеет детализированного характера заполнения и не отвечает установленным требованиям. Студент затрудняется ответить на поставленные вопросы или допускает в ответах принципиальные ошибки. В отзыве руководителя имеются существенные критические замечания.

5. Перечень вопросов для проведения устного опроса

Перечень вопросов	
1.	Целевая аудитория: учет потребностей и ценностей адресата в рекламе
2.	Структура и принципы составления рекламного текста
3.	Маркетинговые исследования в рекламе
4.	Учет потребностей и ценностей адресата в рекламе
5.	Рекламные кампании. Понятие и основные цели рекламных кампаний. Классификация рекламных кампаний. Признаки успешной рекламной кампании
6.	Задачи исследования рекламного рынка
7.	Участники рекламного процесса
8.	Понятие и виды рекламы. Понятие и происхождение термина «реклама». Классификация рекламы
9.	Федеральный закон «О рекламе». Краткая характеристика Закона. Основные понятия Закона. Основные требования к рекламе в РФ
10.	Средства рекламы. Понятие средства рекламы. Классификация средств рекламы
11.	Рекламное агентство и его функции. Понятие и виды рекламных агентств. Функции рекламного агентства. Структура рекламного агентства
12.	Планирование рекламной работы на предприятии. Отдел рекламы на предприятии
13.	Планирование и модели проведения рекламных кампаний. Общий план рекламной кампании.
14.	Цели рекламной кампании. Основные цели рекламной кампании Классификация целей
15.	Рекламный маркетинг. Понятие рекламного маркетинга. Формы рекламного маркетинга. Цели рекламного маркетинга
16.	Медиапланирование в структуре обеспечения рекламного воздействия. Понятие медиапланирования. Основные показатели медиапланирования
17.	Целевая аудитория рекламной кампании. Понятие целевой аудитории. Виды потребителей. Сегментирование рынка
18.	Преимущества и недостатки отдельных медиасредств как рекламоносителей.

	Основные медиасредства, используемые в качестве рекламоносителей
19.	Показатели эффективности размещения рекламы. Показатели эффективности размещения на телевидении. Показатели эффективности размещения на радио. Показатели эффективности размещения в печатных изданиях
20.	Оценка эффективности рекламы. Понятие эффективности рекламы. Методы определения экономической эффективности рекламы. Методы измерения психологической эффективности.

6. Критерии оценивания ответов на устные вопросы:

100-балльная шкала	Показатели	Критерии
Отлично (85-100 баллов)	1. Полнота и правильность ответа на поставленный вопрос 2. Степень осознанности, понимания изученного 3. Применение профессиональной терминологии в беседе	Студент полно излагает материал, дает правильное определение основных понятий. Понимает материал, может обосновать свои суждения, привести необходимые примеры. Излагает материал последовательно используя профессиональную терминологию
Хорошо (70-84 балла)		Студент полно излагает материал, дает правильное определение основных понятий. Студент допускает некоторые ошибки, имеются недочеты в последовательности излагаемого материала
Удовлетворительно (50-69 баллов)		Студент излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий, не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести примеры. Излагает материал непоследовательно и допускает ошибки в терминологии.
Неудовлетворительно (0-49 баллов)		Незнание большей части соответствующего вопроса, допускает ошибки в формулировке определений.

7. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов производственной практики (по профилю специальности) по ПМ.05 Выполнение работ по должности служащего Агент рекламный.

Контроль результатов освоения программы практики осуществляется руководителем практики от Колледжа.

В результате освоения программы производственной практики (по профилю специальности) студенты проходят промежуточную аттестацию в форме дифференцированного зачета.

Отчетные документы о прохождении производственной практики (по профилю специальности):

- положительный аттестационный лист;
- заполненный дневник практики, содержащий положительную характеристику студента;
- отчет о практике в соответствии с заданием на практику.

Отчет студента по практике должен максимально отражать его индивидуальную работу в период прохождения практики в соответствии с ее программой.

Отчет по практике состоит из следующих элементов:

- ▬ титульный лист;
- ▬ содержание;
- ▬ введение;
- ▬ основная часть в соответствии с программой практики;
- ▬ заключение;
- ▬ список использованной литературы и источников;
- ▬ приложение.

Общий объем отчета – 15-25 страниц печатного текста (без приложений).

Содержание основной части должно включать:

описание организации, на базе которой проходила практика, приводится его история, профиль и методы работы, место на рынке рекламных услуг, тенденции и перспективы развития;

описание основных структурных подразделений учреждения, штатного состава, специального оборудования, наличие профессиональной библиотеки, архива, имеющейся компьютерной техники и лицензионных программных продуктов;

описание лучших разработок (проектов) в области рекламы организации, с которыми ознакомился студент во время практики;

изложение сути индивидуального задания во время практики;

описание методики и последовательности выполнения задания, соответствующих видам деятельности: выявление требований целевых групп потребителей на основе анализа рынка, разработка средств продвижения рекламного продукта.

В приложении к отчету должны быть представлены материалы, демонстрирующие этапы работы над индивидуальными заданиями.

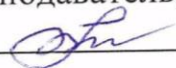
МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Алтайский государственный университет»
Колледж Алтайского государственного университета
Отделение природопользования, сервиса и туризма

УТВЕРЖДЕНО
решением ученого совета АлтГУ
протокол № 04
от « 26 » 06 2023 г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по производственной практике (преддипломной)

программы подготовки специалистов среднего звена по специальности
42.02.01 Реклама

Разработчик:
Прусова И.М.,
преподаватель, высшая к.к.



Одобрено на заседании отделения
природопользования, сервиса и туризма

Протокол № 05 от « 21 » 02 2023 г.

Согласовано:

Представитель организации-работодателя

М.П. Соклаков, директор ООО «Медиагруппа

«ФМ-Продакшн»

(Фамилия И.О., должность)




(подпись)

Барнаул 2023

ПАСПОРТ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Перечень формируемых 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.
- 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.

Сформированность вышеперечисленных компетенций предполагает следующие результаты прохождения производственной практики (преддипломной):

Компетенция	Планируемые результаты практики	Наименование оценочного средства
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	Знать: сущность и социальную значимость своей будущей профессии. Уметь: определять перспективы развития в	Индивидуальное задание №1 Индивидуальное задание №2 Отчет по

	<p>профессиональной сфере; проводить самоанализ профессиональной пригодности.</p>	<p>практике</p>
<p>ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество</p>	<p>Знать: методы решения профессиональных задач. Уметь: прогнозировать результаты выполнения деятельности в соответствии с задачами; оценивать результаты своей деятельности, их эффективность и качество.</p>	<p>Индивидуальное задание №1 Индивидуальное задание №2 Отчет по практике</p>
<p>ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность</p>	<p>Знать: причины возникновения нестандартных ситуаций. Уметь: оценивать причины возникновения нестандартных ситуаций; находить пути решения ситуации; прогнозировать развитие ситуации; брать на себя ответственность за принятое решение.</p>	<p>Индивидуальное задание №1 Индивидуальное задание №2 Отчет по практике</p>
<p>ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития</p>	<p>Знать: принципы классификации информации. Уметь: выделять профессионально-значимую информацию; пользоваться разнообразной справочной литературой, электронными ресурсами; определять соответствие информации поставленной задаче.</p>	<p>Индивидуальное задание №1 Индивидуальное задание №2 Отчет по практике</p>
<p>ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности</p>	<p>Знать: информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности. Уметь: предоставлять информацию в различных формах с использованием различного программного обеспечения; использовать средства ИТ для обработки и хранения информации.</p>	<p>Индивидуальное задание №1 Индивидуальное задание №2 Отчет по практике</p>
<p>ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями</p>	<p>Знать: стили общения и корпоративную культуру. Уметь: – выбирать стиль общения в соответствии с ситуацией, вести деловую беседу в соответствии с этическими нормами.</p>	<p>Индивидуальное задание №1 Индивидуальное задание №2 Отчет по практике</p>
<p>ОК 7. Брать на себя</p>	<p>Знать:</p>	<p>Индивидуальное</p>

ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий	организацию выполняемых работ в соответствии с инструкциями. Уметь: ставить задачи перед коллективом; организовывать деятельность по выполнению ресурсов команды; осуществлять контроль в соответствии с поставленной задачей.	задание №1 Индивидуальное задание №2 Отчет по практике
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	Знать: перспективы профессионального и личностного развития. Уметь: анализировать собственные сильные и слабые стороны; определять этапы достижения поставленных целей; определять необходимые внешние и внутренние ресурсы для достижения целей.	Индивидуальное задание №1 Индивидуальное задание №2 Отчет по практике
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	Знать: технологии, используемые в профессиональной деятельности; источники информации о технологиях профессиональной деятельности. Уметь: анализировать производственную ситуацию; определять причины необходимости смены технологий или их усовершенствования.	Индивидуальное задание №1 Индивидуальное задание №2 Отчет по практике
ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.	Знать: цели, задачи, принципы, объекты, субъекты, средства, методы и нормативно-правовую базу предпринимательской деятельности; действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов. Уметь: эффективность планирования предпринимательской деятельности в профессиональной сфере; работать с нормативными документами в области предпринимательской деятельности; безошибочно использовать нормативные акты в профессиональной деятельности	Индивидуальное задание №1 Индивидуальное задание №2 Отчет по практике
ОК 11. Владеть экологической, информационной и коммуникативной	Знать: принципы делового и межличностного общения; лексический и грамматический	Индивидуальное задание №1 Индивидуальное задание №2

<p>культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.</p>	<p>минимум, необходимый для чтения и перевода иностранных текстов.</p> <p>Уметь:</p> <p>общаться (устно и письменно) на иностранном языке на профессиональные и повседневные темы;</p> <p>эффективность использования информационно-коммуникационных технологий в профессиональной сфере;</p> <p>устанавливать контакты с учетом межкультурных и этнических различий</p>	<p>Отчет по практике</p>
<p>ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей</p>	<p>Знать:</p> <p>методологию поиска новых идей в рекламе.</p> <p>Уметь:</p> <p>осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги.</p> <p>Иметь практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> – выбора художественной формы реализации рекламной идеи. 	<p>Индивидуальное задание №2</p> <p>Отчет по практике</p>
<p>ПК 1.2. Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы</p>	<p>Знать:</p> <p>выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы; композицию, шрифтовую и художественную графику в рекламе.</p> <p>Уметь:</p> <p>использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы; разрабатывать композиционное решение рекламного продукта.</p> <p>Иметь практический опыт:</p> <p>создания визуального образа с рекламными функциями.</p>	<p>Индивидуальное задание №2</p> <p>Отчет по практике</p>
<p>ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты</p>	<p>Знать:</p> <p>методы проектирования рекламного продукта.</p> <p>Уметь:</p> <p>разрабатывать композиционное решение рекламного продукта.</p> <p>Иметь практический опыт:</p> <p>разработки авторских рекламных проектов;</p> <p>художественного конструирования рекламных продуктов по заданию.</p>	<p>Индивидуальное задание №2</p> <p>Отчет по практике</p>
<p>ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений</p>	<p>Знать:</p> <p>приемы и принципы составления рекламного текста.</p> <p>Уметь:</p> <p>составлять рекламные тексты.</p>	<p>Индивидуальное задание №2</p> <p>Отчет по практике</p>

	<p>Иметь практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> – составления и оформления текстов рекламных объявлений на основе технологического задания. 	
ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями	<p>Знать:</p> <p>методы психологического воздействия на потребителя.</p> <p>Уметь:</p> <p>разрабатывать визуальные образы для рекламного продукта.</p> <p>Иметь практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> – создания визуального образа с рекламными функциями. 	Индивидуальное задание №2 Отчет по практике
ПК 2.1. Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы	<p>Знать:</p> <p>технику, технологии и технические средства фотосъемки в рекламе; технику, технологии и технические средства видеосъемки в рекламе.</p> <p>Уметь:</p> <p>осуществлять фотосъемку для производства рекламного продукта; осуществлять видеосъемку для производства рекламного продукта;</p> <p>Иметь практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> – выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта. 	Индивидуальное задание №2 Отчет по практике
ПК 2.2. Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии	<p>Знать:</p> <p>технические и программные средства для создания печатного рекламного продукта; технические и программные средства для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации.</p> <p>Уметь:</p> <p>использовать компьютерные технологии при создании печатного рекламного продукта; разрабатывать сценарии для съемок и монтажа рекламы.</p> <p>Иметь практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> – построения модели (макета, сценария) объекта с учетом выбранной технологии. 	Индивидуальное задание №2 Отчет по практике
ПК 2.3. Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале	<p>Знать:</p> <p>этапы производства рекламного продукта; технологии создания Интернет-рекламы; аппаратное и программное обеспечение.</p>	Индивидуальное задание №2 Отчет по практике

	<p>Уметь: использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки графики, аудио-, видео-, анимации; использовать мультимедийные и web-технологии для разработки и внедрения рекламного продукта</p> <p>Иметь практический опыт: подготовки к производству рекламного продукта; производства рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков</p>	
ПК 3.1. Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка	<p>Знать: структуру рекламного рынка.</p> <p>Уметь: проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей; анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп.</p> <p>Иметь практический опыт: – выявления требований целевых групп потребителей.</p>	Индивидуальное задание №2 Отчет по практике
ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта	<p>Знать: задачи, цели и общие требования к рекламе; основные направления рекламной деятельности; виды рекламной деятельности.</p> <p>Уметь: проводить сегментирование рынка; принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта.</p> <p>Иметь практический опыт: разработки средств продвижения рекламного продукта; – разработки маркетинговой части бизнес-плана.</p>	Индивидуальное задание №2 Отчет по практике
ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей	<p>Знать: экономический механизм и экономические показатели деятельности рекламной организации; основные принципы работы организаций в условиях рыночной экономики.</p> <p>Уметь: составлять планы и графики деятельности по разработке и</p>	Индивидуальное задание №2 Отчет по практике

	<p>техническому исполнению рекламного продукта; работать с рекламой в средствах массовой информации.</p> <p>Иметь практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> – планирования, разработки и технического исполнения рекламного проекта. 	
<p>ПК 4.2. Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее</p>	<p>Знать: аспекты планирования рекламы.</p> <p>Уметь: проводить процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком; проводить презентацию рекламного продукта.</p> <p>Иметь практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> – контролирования соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя. 	<p>Индивидуальное задание №2 Отчет по практике</p>
<p>ПК 4.3. Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт</p>	<p>Знать: пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов; основные федеральные законы и иные нормативные правовые акты, регламентирующие рекламную деятельность в Российской Федерации; этапы принятия и реализации управленческих решений; классификацию целей менеджмента.</p> <p>Уметь: подготавливать авторскую документацию для регистрации авторских прав.</p> <p>Иметь практический опыт: взаимодействия с субъектами рекламной деятельности; подготовки документации для регистрации авторских прав.</p>	<p>Индивидуальное задание №2 Отчет по практике</p>

I ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ ПО ПРАКТИКЕ

Типовые контрольные задания, необходимые для оценки планируемых результатов производственной практики (преддипломной).

В том случае, если студент проходит практику в той организации, где нет возможности освоить навыки по выполнению какого-либо вида работ, он должен выполнить индивидуальное задание для полного освоения компетенций.

Перечень заданий соответствует видам работ, определенным в РП профессионального модуля.

➤ **ОЦЕНОЧНОЕ СРЕДСТВО Индивидуальное задание №1**

1. Цель: освоить необходимые компетенции по видам работ: «Ознакомление с видами деятельности и общей структурой организации».

2. Проверяемые компетенции (код): ОК 1–ОК 11.

3. Пример оценочного средства:

- Ознакомление с объектом практики, режимом работы, работой структурных подразделений. Инструктаж и проверка знаний по охране труда, технике безопасности и противопожарной защиты. Ознакомление с графиком прохождения практики
- Изучение общих сведений о предприятии, учредительных документов, видов деятельности, подразделений организации, производственной и организационной структуры организации, функциональных взаимосвязей подразделений и служб.
- Анализ организации рекламной деятельности на предприятии.

В отчете представить схему организационной структуры предприятия - базы практики.

4. Критерии оценивания (по 100-балльной системе оценивания):

Уровень освоения	Критерии
85-100 баллов (оценка «отлично»)	Индивидуальное задание выполнено в полном объеме, студент проявил высокий уровень самостоятельности и творческий подход к его выполнению
70-84 баллов (оценка «хорошо»)	Индивидуальное задание выполнено в полном объеме, имеются отдельные недостатки в оформлении представленного материала
50-69 баллов (оценка «удовлетворительно»)	Задание в целом выполнено, однако имеются недостатки при выполнении в ходе практики отдельных разделов (частей) задания, имеются замечания по оформлению собранного материала.
0-49 баллов (оценка «неудовлетворительно»)	Задание выполнено лишь частично, имеются многочисленные замечания по оформлению собранного материала; задание не выполнено.

➤ **ОЦЕНОЧНОЕ СРЕДСТВО Индивидуальное задание № 2**

1. Цель: освоить необходимые компетенции по виду работ «Выполнение индивидуального задания по теме выпускной квалификационной работы».

2. Проверяемые компетенции (код): ПК 1.1-ПК1.5; ПК 2.1-2.3; ПК 3.1-3.2; ПК 4.1-4.3.

3. Пример оценочного средства:

Выполнение индивидуального задания по теме выпускной квалификационной работы, а именно:

- разработка и создание рекламной продукции;
- производство рекламной продукции;
- выполнение работ по маркетинговому и правовому обеспечению реализации рекламного продукта;
- организация и управление процессом изготовления рекламного продукта.

4. Критерии оценивания (по 100-балльной системе оценивания):

Уровень освоения	Критерии
85-100 баллов (оценка «отлично»)	Индивидуальное задание выполнено в полном объеме, студент проявил высокий уровень самостоятельности и творческий подход к его выполнению
70-84 баллов (оценка «хорошо»)	Индивидуальное задание выполнено в полном объеме, имеются отдельные недостатки в оформлении представленного материала
50-69 баллов (оценка «удовлетворительно»)	Задание в целом выполнено, однако имеются недостатки при выполнении в ходе практики отдельных разделов (частей) задания, имеются замечания по оформлению собранного материала.
0-49 баллов (оценка «неудовлетворительно»)	Задание выполнено лишь частично, имеются многочисленные замечания по оформлению собранного материала; задание не выполнено.

II ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ПРАКТИКЕ

1. **Форма проведения промежуточной аттестации** дифференцированный зачет

2. **Процедура проведения промежуточной аттестации:**

По итогам производственной практики (преддипломной) студенты сдают отчет.
Защита отчета проходит в устной форме.

3. **ОЦЕНОЧНОЕ СРЕДСТВО** Отчет по практике

Критерии оценивания отчета по практике

4-балльная шкала (уровень освоения)	Показатели	Критерии
Отлично (85-100 баллов)	8. Соответствие содержания отчета требованиям программы практики; 9. Структурированность и полнота собранного материала; 10. Полнота устного выступления, правильность ответов на вопросы при защите; 11. Обоснованность сформулированных предложений.	При защите отчета студент продемонстрировал глубокие и системные знания, полученные при прохождении практики, свободно оперировал данными исследования и внес обоснованные предложения. Студент правильно и грамотно ответил на поставленные вопросы. Студент получил положительный отзыв от руководителя. Приложения логично связаны с текстовой частью отчета. Отчет сдан в установленный срок. Программа практики выполнена.
Хорошо (70-84 балла)		При защите отчета студент показал глубокие знания, полученные при прохождении практики, свободно оперировал данными исследования. В отчете были допущены ошибки, которые носят несущественный характер. Студент ответил на поставленные вопросы, но допустил некоторые ошибки, которые при наводящих вопросах были исправлены. Допускаются несущественные и стилистические ошибки. Оформление аккуратное. Приложения в основном связаны с текстовой частью. Отчет сдан в установленный срок. Программа практики выполнена.
Удовлетворительно (50-69 баллов)		Отчет имеет поверхностный анализ собранного материала, нечеткую последовательность его изложения материала. Студент при защите отчета по практике не дал полных и аргументированных ответов на заданные вопросы. В отзыве руководителя имеются существенные замечания. Оформление аккуратное.

		Приложения в основном связаны с текстовой частью. Отчет сдан в установленный срок. Программа практики выполнена
Неудовлетворительно (0-49 баллов)		Отчет не имеет детализированного анализа собранного материала и не отвечает установленным требованиям. Студент затрудняется ответить на поставленные вопросы или допускает в ответах принципиальные ошибки. В отзыве руководителя имеются существенные критические замечания. Оформление неаккуратное. Приложения отсутствуют. Отчет сдан в установленный срок. Программа практики не выполнена.

4. ОЦЕНОЧНОЕ СРЕДСТВО Дневник по практике

Критерии оценивания дневника по практике

4-балльная шкала (уровень освоения)	Показатели	Критерии
Отлично (85 - 100 баллов)	1. Соответствие содержания дневника требованиям программы практики 2. Структурированность и полнота, правильность заполнения дневника	При заполнении дневника студент продемонстрировал то, что в процессе прохождения практики при выполнении работ были освоены необходимые по программе компетенции. Он свободно ориентируется в материалах проведенного исследования. Студент правильно и грамотно ответил на поставленные вопросы, получил положительный отзыв от руководителя
Хорошо (70-84 балла)	11. Полнота, правильность ответов на вопросы при защите 12. Обоснованность сформулированных предложений	При заполнении дневника студент продемонстрировал то, что в процессе прохождения практики при выполнении работ были освоены необходимые по программе компетенции. При этом в дневнике были допущены ошибки, которые носят несущественный характер. Студент ответил на поставленные вопросы, но допустил некоторые ошибки, которые при наводящих вопросах были исправлены. Студент получил положительный отзыв от руководителя

Удовлетворительно (50-69 баллов)		Дневник имеет поверхностный характер заполнения, нечеткую последовательность изложения записей. Студент при собеседовании не дал полных и аргументированных ответов на заданные вопросы. В отзыве руководителя имеются существенные замечания.
Неудовлетворительно (0-49 баллов)		Дневник не имеет детализированного характера заполнения и не отвечает установленным требованиям. Студент затрудняется ответить на поставленные вопросы или допускает в ответах принципиальные ошибки. В отзыве руководителя имеются существенные критические замечания.

5. Перечень вопросов для проведения устного опроса

Перечень вопросов	
1.	Организационная структура предприятия
2.	Разработка и создание рекламной продукции
3.	Производство рекламной продукции
4.	Выполнение работ по маркетинговому и правовому обеспечению реализации рекламного продукта
5.	Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта

6. Критерии оценивания ответов на устные вопросы:

100-балльная шкала	Показатели	Критерии
Отлично (85-100 баллов)	1. Полнота и правильность ответа на поставленный вопрос 2. Степень осознанности, понимания изученного 3. Применение профессиональной терминологии в беседе	Студент полно излагает материал, дает правильное определение основных понятий. Понимает материал, может обосновать свои суждения, привести необходимые примеры. Излагает материал последовательно используя профессиональную терминологию
Хорошо (70-84 балла)		Студент полно излагает материал, дает правильное определение основных понятий. Студент допускает некоторые ошибки, имеются недочеты в последовательности излагаемого материала
Удовлетворительно (50-69 баллов)		Студент излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий, не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести примеры. Излагает материал непоследовательно и допускает ошибки

		в терминологии.
Неудовлетворительно (0-49 баллов)		Незнание большей части соответствующего вопроса, допускает ошибки в формулировке определений.

7. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов производственной практики (преддипломной)

Текущий контроль результатов освоения программы практики осуществляется руководителем практики от Колледжа в процессе выполнения обучающимися работ в организациях.

В результате освоения программы производственной практики (преддипломной) студенты проходят промежуточную аттестацию в форме дифференцированного зачета.

Отчетные документы о прохождении производственной практики (преддипломной):

- дневник прохождения практики
- аттестационный лист по практике
- отчет о прохождении практики

Отчет студента по практике должен максимально отражать его индивидуальную работу в период прохождения производственной практики (преддипломной) в соответствии с заданием на выполнение выпускной квалификационной работы.

Критерии оценивания отчета:

- выполнение всех видов работ, предусмотренных программой практики;
- последовательное и подробное описание выполненных работ;
- аналитическое изложение материала;
- присутствие исследовательской составляющей;
- полнота собранных сведений, необходимых для написания ВКР;
- глубокие и развернутые выводы по итогам практики;
- подготовленность доклада, не достаточная глубина ответов на вопросы;
- наличие графического материала, иллюстрирующего проектную часть дипломной работы.