

**Омский филиал  
негосударственного образовательного частного учреждения  
высшего образования  
«Московский финансово-промышленный университет  
«Синергия»**

---

**УТВЕРЖДЕНО**  
на заседании Ученого совета Университета  
«Синергия»  
протокол № 5 от 25.05.2023 г.



**Программа профессионального модуля  
ПМ.01 «Разработка и создание дизайна  
рекламной продукции»  
(МДК.01.01. Художественное проектирование рекламного  
продукта; МДК.01.02. Разработка творческой концепции  
рекламного продукта; УП.01.01 Учебная практика; ПП.02.01  
Производственная практика (по профилю специальности);  
ПМ.02.ЭК Экзамен квалификационный)**

**Специальность: 42.02.01 Реклама**

**Квалификация выпускника: Специалист по рекламе**

**Форма обучения: очная**

**Омск 2023**

## Содержание

I. Паспорт рабочей программы профессионального модуля «Обеспечение реализации прав граждан в сфере пенсионного обеспечения и социальной защиты» 3	
II. Результаты освоения профессионального модуля .....	5
III. Структура и содержание профессионального модуля ПМ.01. "Разработка и оздание дизайна рекламной продукции" .....	6
IV. Условия реализации программы .....	17
V. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля .....	26
ПРИЛОЖЕНИЯ .....	52

# **I. Паспорт рабочей программы профессионального модуля «Обеспечение реализации прав граждан в сфере пенсионного обеспечения и социальной защиты»**

## **Область применения программы**

Рабочая программа профессионального модуля – является частью программы подготовки специалистов среднего звена (ППССЗ) в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 510 от 12.05.2014г. и является частью основной профессиональной образовательной программы по специальности в части освоения вида профессиональной деятельности: «Разработка и создание дизайна рекламной продукции», и соответствующих профессиональных компетенций» (ПК):

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.

## **Место профессионального модуля в учебном процессе**

Профессиональный модуль ПМ.01 "Разработка и создание дизайна рекламной продукции" относится к разделу профессиональных модулей профессионального учебного цикла учебного плана подготовки специалистов СПО по специальности 42.02.01 Реклама, включает в себя: изучение МДК.01.01 «Художественное проектирование рекламного продукта» и МДК.01.02 «Разработка творческой концепции рекламного продукты» и прохождение практик: учебной и производственной (по профилю специальности).

## **Цели освоения профессионального модуля – требования к результатам освоения**

*Целью изучения* профессионального модуля является формирование у студентов специальных знаний, принципов и навыков в области композиции и дизайна рекламных продуктов.

*Задачи* профессионального модуля:

- изучение выразительных и художественно-изобразительных средства рекламы;
- изучение существующих направлений в рекламе и технологических процессов рекламного производства;
- развитие творческого мышления и прогрессивного мировоззрения в области современной рекламы;
- освоение методов и принципов производства основных видов

рекламной продукции;

- развитие профессиональных навыков моделирования и макетирования с использованием возможностей новейших электронных технологий.

### **Цели и задачи учебной практики**

**Цель учебной практики** - формирование у обучающихся умений, приобретение первоначального практического опыта и их реализация в рамках профессионального модуля ОПОП СПО в области композиции и дизайна рекламных продуктов.

#### ***Задачи учебной практики:***

1. Систематизация, конкретизация, обобщение и закрепление теоретических знаний на основе изучения опыта работы конкретной организации;

2. Приобретение навыков и умений в области профессиональной деятельности;

3. Овладение необходимым набором профессиональных компетенций;

4. Повышение мотивации к профессиональному самосовершенствованию по специальности, развитие личностных качеств, необходимых в профессиональной деятельности;

5. Подбор и анализ литературы в соответствии с проблематикой работ, выполняемых во время практики.

### **Цели и задачи производственной практики**

**Цель производственной практики** - формирование у обучающегося общих и профессиональных компетенций, приобретение практического опыта в рамках профессионального модуля ОПОП СПО в области композиции и дизайна рекламных продуктов, предусмотренных ФГОС СПО по специальности.

#### ***Задачи производственной практики:***

1. Применение специальных теоретических знаний, полученных в рамках профессионального модуля, при выполнении конкретных функциональных обязанностей по отдельным должностям;

2. Освоение видов технологий в рекламе, используемых в практической деятельности конкретного учреждения по разработке и созданию дизайна рекламной продукции

3. Развитие коммуникативных умений, усвоение этических правил, норм и принципов в профессиональной деятельности;

4. Приобретение опыта работы в рекламной сфере, разработке и создании дизайна рекламной продукции.

**II. Результаты освоения профессионального модуля**  
**В результате освоения профессионального модуля, обучающийся должен:**

***иметь практический опыт:***

- выбора художественной формы реализации рекламной идеи;
- создания визуального образа с рекламными функциями;
- художественного конструирования рекламных продуктов по заданию;

***уметь***

- осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги;
- разрабатывать композиционное решение рекламного продукта;
- использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы;
- составлять рекламные тексты;

***знать:***

- выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы;
- приемы и принципы составления рекламного текста;
- композицию, шрифтовую и художественную графики в рекламе;
- методы проектирования рекламного продукта;
- методы психологического воздействия на потребителя.

**Компетенции, формируемые в результате освоения профессионального модуля**

Процесс изучения дисциплин и прохождения практик профессионального модуля ПМ.01 «Разработка и создание дизайна рекламной продукции», а также прохождения практик, направлен на формирование компетенций, предусмотренных Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама.

В результате освоения профессионального модуля (включая МДК.01.01 «Художественное проектирование рекламного продукта», МДК.01.02 «Разработка творческой концепции рекламного продукта», учебную и производственную практики) студент должен обладать следующими общими (ОК) и профессиональными (ПК) компетенциями, включающими в себя способность:

<b>Код</b>	<b>Наименование результата обучения</b>
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

<b>Код</b>	<b>Наименование результата обучения</b>
	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.

### **III. Структура и содержание профессионального модуля ПМ.01 "Разработка и создание дизайна рекламной продукции" Объем профессионального модуля**

<b>Наименование</b>	<b>Квалификация</b>
	<b>Реклама в медиа-индустрии</b>
	<b>часов</b>
<b>Максимальная нагрузка обучающихся по ПМ.01, в том числе</b>	<b>705</b>
МДК.01.01, с преподавателем	132
МДК.01.02, с преподавателем	146
<b>Учебная практика</b>	<b>108</b>
<b>Производственная практика</b>	<b>180</b>
<b>Самостоятельная работа</b>	<b>139</b>
<b>Экзамен квалификационный</b>	<b>-</b>

### Тематический план профессионального модуля

Код профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практики)	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов
			Всего, часов	в т.ч. практические занятия, часов	в т.ч. курсовая работа (курсовое проектирование), часов	Всего, часов	в т.ч. курсовая работа, часов		
	<b>ПМ.01. Разработка и создание дизайна рекламной продукции</b>								
ОК 1 – ОК 11, ПК 1.1 – ПК 1.5	<b>МДК.01.01. Художественное проектирование рекламного продукта</b>	<b>198</b>	132	89	20	66			
ПК 1.1., ПК 1.3	<b>МДК.01.02. Разработка творческой концепции рекламного продукта</b>	<b>219</b>	146	113	-	73			
ОК 1 – ОК 11 ПК 1.1. – ПК 1.5	<b>Учебная практика</b>	<b>108</b>						108	
	<b>Производственная практика (по профилю специальности)</b>	<b>180</b>							180
ОК 1 – ОК 11 ПК 1.1. – ПК 1.5	<b>Экзамен квалификационный</b>	<b>-</b>							
	<b>Всего:</b>	<b>705</b>	<b>278</b>	<b>202</b>	<b>20</b>	<b>139</b>		<b>108</b>	<b>180</b>

## Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ)

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения	Балл
<b>МДК.01.01. Художественное проектирование рекламного продукта</b>		<b>198</b>		
<b>3 семестр</b>				
<b>Тема 1.</b> <b>Основы проектирования рекламного продукта</b> Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 1.1 – ПК 1.5	<i><b>Содержание учебного материала</b></i>	<b>6</b>		
	1.Реклама. Рекламный дизайн. Изобразительные средства отображения в дизайне. Композиция. Золотое сечение.	2	1	
	2. Колористика. Орнамент. Абстрактные композиции на модульной основе. Визуальные иллюзии в графическом дизайне.	1	1	
	3. Шрифт. Графема, гарнитура. Элементы шрифта.	1	1	
	4.Перспектива как художественный прием. Эскизирование. Стилизация. Принципы получения стилизованного изображения. Применение. Стилизация в знаке. Корпоративный стиль. Логотип. Торговая марка. Плакат. Рекламный плакат	2	1	
	<i><b>Практические занятия:</b></i>	<b>20</b>		<b>5</b>
	<i>Интерактивное занятие:</i> Создание абстрактных композиций на основе геометрических элементов Графическая стилизация природных форм (линия, пятно и линия, орнамент) Разработка логотипа Разработка рекламного плаката	20		5
	<i><b>Самостоятельная работа:</b></i>	<b>12</b>		<b>5</b>
<i><b>I.</b></i> Разработать декоративный шрифт (алфавит) (на основе исторической классификации, создание выбранного образа или соответствие выбранной теме)	12		5	
<b>Тема 2</b> <b>Фирменный стиль.</b> Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 1.1 – ПК 1.5	<i><b>Содержание учебного материала</b></i>	<b>6</b>		
1.Фирменный стиль. Значение фирменного стиля как вида рекламы. Понятие бренда. Основные носители фирменного стиля.		1	1	



Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения	Балл
	2. Маркетинговые материалы. Сувенирная продукция. POS-материалы.	2	1	
	3. Роль коммуникаций на местах продаж в общей системе продвижения товара.	2	1	
	4. Презентации и сопроводительные документы	1	1	
	<b>Практические занятия:</b>	<b>20</b>		<b>10</b>
	<i>Интерактивное занятие:</i> Разработка фирменной визитки. Разработка фирменного блока: папка, бланк, конверт Создание фирменного рекламного буклета Разработка воблера и шелфтокера Разработка рекламного дисплея Разработка эскизов для рекламного каталога	20		10
	<b>Самостоятельная работа:</b>	<b>12</b>		<b>10</b>
	Выполнить зарисовки знаково-символов для предметно-пространственной среды	12		10
<b>Тема 3</b> <b>Упаковка как вид рекламной продукции.</b> Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 1.1 – ПК 1.5	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>7</b>		
	1. Упаковка как вид рекламной продукции. Особенности промоупаковки.	4	1	
	2. Дополнительная коммуникация на упаковке. Эксклюзивная упаковка с ложементом	3	1	
	<b>Практические занятия:</b>	<b>17</b>		<b>10</b>
	<i>Интерактивное занятие:</i> Разработка промоупаковки	17		10
	<b>Самостоятельная работа:</b>	<b>14</b>		<b>10</b>
	1. Выполнить зарисовки знаково-символов для предметно-пространственной среды 2. Разработка рекламной листовки	14		5
				5

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения	Балл
<b>Всего (3 семестр)</b>		<b>114/38</b>		
<b>4 семестр</b>				
<b>Тема 4</b> <b>Наружная реклама.</b> Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 1.1 – ПК 1.5	<i>Содержание учебного материала (учебным планом не предусмотрено)</i>	-		
	1. Особенности наружной рекламы. Проектирование рекламных конструкций.		1	
	2. Уличная реклама . Транзитная реклама. Световые конструкции		1	
	<b>Практические занятия:</b>	<b>16</b>		<b>10</b>
	<i>Интерактивное занятие:</i> Разработка дизайн-проекта уличной рекламы на различных носителях	16		10
	<b>Самостоятельная работа:</b>	<b>14</b>		<b>15</b>
	1.Разработка рекламного плаката на социальную тему 2.Разработка сувенирной продукции 3.Создание тестер-холдера	14		5 5 5
<b>Тема 5</b> <b>Оформление торгового пространства.</b> Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 1.1 – ПК 1.5	<i>Содержание учебного материала (учебным планом не предусмотрено)</i>	-		
	1. Оформление торгового пространства и торговых зон, витрин.		1	
	2. Рекламные вывески. Торговые дисплеи. Ростовые фигуры, тотемы		1	
	3 Промостойки. Оформление витрин		1	
	<b>Практические занятия:</b>	<b>16</b>		<b>10</b>
	<i>Интерактивное занятие:</i> Разработка рекламной вывески Разработка торгового дисплея. Разработка промостойки Разработка дизайн-проекта витрины магазин	16		10
	<b>Самостоятельная работа:</b>	<b>14</b>		<b>15</b>
1.Разработка эксклюзивной подарочной упаковки	14		5	

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения	Балл
	2.Реферат на тему: «Разработка рекламы на транспорте» 3.Разработка дизайн-проекта прикассовой зоны магазина			5
				5
<b>Консультация</b>		<b>4</b>		
<b>Курсовое проектирование</b>		<b>20</b>		<b>100</b>
<b>Всего (4 семестр):</b>		<b>84/28</b>		<b>100</b>
<b>Промежуточная аттестация</b>				<b>Дифф. зачет</b>
<b>Самостоятельная работа:<sup>1</sup> при изучении МДК.01.01, всего</b>		<b>66</b>		
1. Работа с конспектами и со специальной литературой по рекламе. 2. Ознакомление и анализ с видами рекламной деятельности в интернете. 3. Изучение основной и дополнительной литературы; поиск информации в интернете и периодических изданиях. 4. Подготовка к практическим занятиям с использованием методических рекомендаций преподавателя				
<b>Обязательная аудиторная учебная нагрузка по курсовой работе</b>		20		
<b>Тематика курсовых работ</b>				
1. Разработка фирменного стиля завода по производству строительных материалов. 2. Разработка фирменного стиля молодежного движения 3. Разработка фирменного стиля школы греко-римской борьбы 4. Разработка фирменного стиля тренажерного зала 5. Разработка фирменного стиля клининговой компании 6. Разработка фирменного стиля образовательного учреждения 7. Разработка фирменного стиля магазина игрушек 8. Разработка фирменного стиля магазина одежды 9. Разработка фирменного стиля ювелирного салона 10. Разработка фирменного стиля зоомагазина				

<sup>1</sup> Самостоятельная работа – это вид учебной деятельности, которую студент совершает в установленное время и в установленном объеме индивидуально или в группе, без непосредственной помощи преподавателя (преподаватель разъясняет цели, задачи её проведения, контролирует их понимание студентами, знакомит студентов с алгоритмами, требованиями, предъявляемыми к выполнению определённых видов заданий, проводит индивидуальную работу, направленную на формирование у студентов навыков по самоорганизации познавательной деятельности), руководствуясь сформированными ранее представлениями о порядке и правильности выполнения действий. Во время самостоятельной подготовки обучающиеся обеспечены доступом к сети Интернет (библиотека, читальный зал). Внеаудиторная работа сопровождается методическим обеспечением, которое подробно описано в, отдельно от РПУД сформированном, фонде оценочных средств по профессиональному модулю.

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения	Балл
11. Разработка фирменного стиля школы верховой езды 12. Разработка фирменного стиля автосалона 13. Разработка фирменного стиля обувного магазина 14. Разработка фирменного стиля гостиницы 15. Разработка фирменного стиля часовой мастерской 16. Разработка фирменного стиля парка аттракционов 17. Разработка фирменного стиля услуг визажиста				
<b>МДК.01.02. Разработка творческой концепции рекламного продукта</b>		<b>219</b>		
<b>2 семестр</b>				
<b>Модуль 1. Основы разработки творческой концепции</b>				
<b>Тема 1. Основы разработки творческой концепции.</b> Формируемые компетенции: ПК 1.1, ПК 1.3	<i>Содержание учебного материала</i>	<b>4</b>		
	1. Визуальная культура и визуальное мышление. Теория восприятия картинной плоскости. Визуальные иллюзии.	1	1	
	2. Композиции на статику и динамику. Этапы творческого процесса создания рекламного продукта. Проектная деятельность в дизайне. Этапы проектирования.	1	1	
	3. Эргономика и антропометрия. Композиция рекламного сообщения. Жанры рекламы. Психология восприятия рекламного продукта.	1	1	
	4. История стилей. Стилиевая классификация. Цвет в рекламе	1	1	
	<b>Практическое занятие:</b>	<b>20</b>		<b>10</b>
	Выполнить беспредметные композиции на организацию плоскости листа (использовать точки, линии, пятна). Составить композиции с заданной характеристикой (плоскость, пространство, объем и др.). Графическое решение. Выполнить композиции на статику и динамику с использованием геометрических фигур. Выполнить зарисовки невозможных объектов (из истории визуальных иллюзий). Разработать и выполнить изображение буквицы (в выбранном историческом стиле).	20		10
<b>Самостоятельная работа:</b>	<b>10</b>		<b>15</b>	

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения	Балл
	Выполнить творческий проект на тему «Этапы творческого процесса создания рекламного продукта»	10		15
<b>Модуль 2. Рекламное обращение</b>				
<b>Тема 2.1. Рекламное обращение: виды, формы и правила создания.</b> Формируемые компетенции: ПК 1.1, ПК 1.3	<i>Содержание учебного материала</i>	<b>6</b>		
	1. Рекламный продукт. Рекламное обращение и его виды. Структура и композиция рекламного сообщения.	3	1	
	2. Язык рекламы. Выразительные средства речи. Речевое воздействие в рекламе. Рекламный текст, его цели, задачи и правила создания	3	1	
	<b>Практическое занятие:</b>	<b>20</b>	1	<b>5</b>
	Разработка слогана для компании (по выбору) Разработка названий для группы товаров (по выбору) Разработка рекламного объявления	20		5
	<b>Самостоятельная работа:</b>	<b>12</b>		<b>10</b>
	1. Провести анализ структуры образцов печатной рекламы, предложенных преподавателем 2. Разработайте рекламную стратегию для конкретного товара	12		5 5
<b>Тема 2.2. Семиотика и стилистика рекламы.</b> Формируемые компетенции: ПК 1.1, ПК 1.3	<i>Содержание учебного материала</i>	<b>4</b>		
	1. Семиотика рекламы. Стилистика рекламы. Специфика языка аудиальной, визуальной и печатной рекламы	2	1	
	2. Копирайтинг.	2	1	
	<b>Практическое занятие:</b>	<b>16</b>		<b>5</b>
	1. Семиотический анализ рекламного продукта	16		5
	<b>Самостоятельная работа:</b>	<b>13</b>		<b>5</b>
	Выполнить несколько эскизов печатной рекламы	13		5
<b>Всего (2 семестр)</b>		<b>105/35</b>		
<b>3 семестр</b>				
<b>Модуль 3. Технология и творческое производство рекламной продукции</b>				
<b>Тема 3.1. Проектирование и</b>	<i>Содержание учебного материала</i>	<b>6</b>		
	1. Проектирование рекламной	3	1	

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения	Балл
технологии производства рекламного продукта. Формируемые компетенции: ПК 1.1, ПК 1.3	кампании, создание концепции рекламного обращения Креатив в рекламе Художественный и компьютерный дизайн в рекламе			
	2. Режиссура рекламы Теория и практика фоторекламы Основы операторского искусства и сценарного мастерства	3	1	
	<b>Практическое занятие:</b>	<b>12</b>		<b>5</b>
	Создание печатной креативной рекламы	12		5
	<b>Самостоятельная работа:</b>	<b>7</b>		<b>10</b>
	1.Пользуясь основными правилами составления текстов, напишите текст рекламного сообщения о вашем ВУЗе для местной газеты. 2.Создание фоторекламы с использованием компьютерной графики	7		5
Тема 3.2. Технологии производства рекламной продукции в печатных средствах массовой информации. Формируемые компетенции: ПК 1.1, ПК 1.3	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>4</b>		
	1. Технология и планирование печатного производства. Типография. Способы типографского набора	2	1	
	2. Печать. Подготовка материалов для издания. Выбор бумаги	2	1	
	<b>Практическое занятие:</b>	<b>12</b>		<b>5</b>
	1. Разработка рекламного объявления в журнале Разработка рекламных модулей в рекламном каталоге	12		5
	<b>Самостоятельная работа:</b>	<b>10</b>		<b>10</b>
	Создание нетрадиционного средства для доставки рекламного сообщения, убеждающего людей бросить курить, пить и мусорить	10		10
Тема 3.3. Творческое производство	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>4</b>		
	1. Создание телевизионной рекламы и кинорекламы. Производство	2	1	

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения	Балл
рекламного продукта электронных средствах массовой информации. <b>В</b> Формируемые компетенции: ПК 1.1, ПК 1.3	радиорекламы.			
	2. Производство рекламного продукта для сети интернет	2	1	
	<b>Практическое занятие:</b>	<b>17</b>		<b>10</b>
	Разработка сценария и раскадровка рекламного ролика Разработка анимированной баннерной рекламы	17		10
	<b>Самостоятельная работа:</b>	<b>10</b>		
	Создание рекламного радиообращения для товара и услуги, воспользовавшись темой рекламной кампании в печати	10		
<b>Тема 3.4. Объемно-пространственные рекламные конструкции.</b> Формируемые компетенции: ПК 1.1, ПК 1.3	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>5</b>		
	1. Объемно-пространственные рекламные конструкции. Рекламные композиции в пространстве города. Воздействие наружной рекламы.	2	1	
	2. Световая реклама и светотехника. Экспозиционно-рекламные комплексы, их роль и задачи.	2	1	
	3.Последовательность процесса создания экспозиции. Приемы режиссуры пространства, реализации идеи и творческого замысла. Методы организации пространства	1	1	
	<b>Практические занятия:</b>	<b>16</b>		<b>5</b>
	Анализ аналогов нестандартных рекламных установок Эскиз макета нестандартной рекламной установки Работа над авторским проектом экспозиции	16		5
	<b>Самостоятельная работа:</b>	<b>11</b>		<b>5</b>
	Рефераты на темы: «Развитие наружной рекламы в России»; «Реклама на транспорте: основные направления ее развития»; «Создание брендмауэров», «Создание эффективного рекламного продукта», «Жанровые особенности газетной и журнальной рекламы»	11		5

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения	Балл
<b>Всего (3 семестр)</b>		<b>114/38</b>		<b>100</b>
<b>Промежуточная аттестация</b>				<b>Дифф. зачет</b>
<b>Всего по МДК.01.02</b>		<b>219/73</b>		
<b>Самостоятельная работа при изучении МДК 01.02.</b>		<b>73</b>		
1. Работа с конспектами и со специальной литературой по рекламе. 2. Ознакомление и анализ с видами рекламной деятельности в интернете. 3. Изучение основной и дополнительной литературы; поиск информации в интернете и периодических изданиях. 4. Подготовка к практическим занятиям с использованием методических рекомендаций преподавателя				
<b>Учебная практика</b>		<b>108</b>		<b>Дифф.зачет 100</b>
<b>Вид работы:</b> 1. Выбор художественной формы реализации рекламной идеи 2. Создание визуального образа с рекламными функциями 3. Художественное конструирование рекламных продуктов по заданию				Форма отчетности – <sup>2</sup> отчет по практике, дневник прохождения практики
<b>Производственная практика (по профилю специальности) итоговая по модулю</b>		<b>180</b>		<b>Дифф.зачет 100</b>
<b>Виды работ:</b> 1. Осуществлять поиск рекламных идей. 2. Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы. 3. Разрабатывать авторские дизайнерские проекты. 4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений. 5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями.				Форма отчетности – отчет по практике, дневник прохождения практики
<b>Всего по МДК 01.01</b>		<b>198/66</b>	<b>Дифф.зачет</b>	<b>100</b>
<b>Всего по МДК 01.02</b>		<b>219/73</b>	<b>Дифф.зачет</b>	<b>100</b>
<b>Курсовая работа</b>		<b>20</b>	<b>-</b>	<b>100</b>
<b>Учебная практика</b>		<b>108</b>	<b>Дифф.зачет</b>	<b>100</b>

<sup>2</sup> См.Приложения



Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения	Балл
Производственная практика		180	Дифф.зачет	100
Консультации		4	-	
<b>ВСЕГО: ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 6, ОК 7, ОК 8, ОК 9, ОК 10, ОК 11, ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.3, ПК 1.4, ПК 1.5</b>		<b>417/139</b>		<b>Экзамен квалиф.</b>

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие методы:

1. ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
2. репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством);
3. продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач).

#### **IV. Условия реализации программы**

**Требования к минимальному материально-техническому обеспечению.**

##### **МДК.01.01. Художественное проектирование рекламного продукта**

###### **Кабинет шрифтовой и художественной графики**

###### Основное оборудование:

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя, персональные компьютеры

###### Технические средства обучения:

Персональный компьютер, набор демонстрационного оборудования (проектор, экран)

###### **Помещение для самостоятельной работы обучающихся**

###### Основное оборудование:

оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде

##### **МДК.01.02. Разработка творческой концепции рекламного продукта**

###### **Кабинет проектирования рекламного продукта**

###### Основное оборудование:

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя, мобильный компьютерный класс (ноутбуки, компьютерные мыши); гипсовые макеты, мольберты настольные, муляжи и фигуры;

Технические средства обучения:

Персональный компьютер; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран)

**Помещение для самостоятельной работы обучающихся**

Основное оборудование:

оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде

**УП.01.01 Учебная практика; ПП.02.01 Производственная практика (по профилю специальности); ПМ.02.ЭК Экзамен квалификационный**

**Кабинет шрифтовой и художественной графики**

Основное оборудование:

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя, персональные компьютеры

Технические средства обучения:

Персональный компьютер, набор демонстрационного оборудования (проектор, экран)

**Кабинет проектирования рекламного продукта**

Основное оборудование:

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя, мобильный компьютерный класс (ноутбуки, компьютерные мыши); гипсовые макеты, мольберты настольные, муляжи и фигуры;

Технические средства обучения:

Персональный компьютер; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран)

**Помещение для самостоятельной работы обучающихся**

Основное оборудование:

оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде

**При проведении образовательного процесса по дисциплине необходимо наличие:**

*лицензионное программное обеспечение:*

- Microsoft Windows 7 pro;
- Операционная система Microsoft Windows 10 pro;
- Операционная система Microsoft Windows Server 2012 R2;
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional 13;

- Программное обеспечение Microsoft Office Professional 16;
- Комплексная Система Антивирусной Защиты Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition.

***электронно-библиотечная система:***

- Электронная библиотечная система (ЭБС) «Университетская библиотека ONLINE» <http://biblioclub.ru/>
- Электронно-образовательная система ЮРАЙТ <https://urait.ru/>
- Электронная библиотечная система (ЭБС) «Университетская библиотека ONLINE» <https://www.studentlibrary.ru>

***современные профессиональные баз данных:***

- Официальный интернет-портал базы данных правовой информации <http://pravo.gov.ru>.
- Портал Единое окно доступа к образовательным ресурсам <http://window.edu.ru/>

***информационные справочные системы:***

- Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования <http://fgosvo.ru>.
- Компьютерная справочная правовая система «Консультант Плюс» (<http://www.consultant.ru/>)

## **Активные и интерактивные образовательные технологии, используемые на занятиях:**

<b>Вид занятия*</b>	<b>Используемые активные и интерактивные образовательные технологии</b>
ТО	Технология коллективного обучения, проблемного и проектного обучения, технология развития критического мышления, разбор конкретных ситуаций, групповые дискуссии
ПР	Компьютерные и проектные технологии, мультимедийные технологии, технология коллективного обучения игровые технологии, групповые дискуссии, психологические тренинги

\* ТО – теоретическое обучение, ПР – практические занятия, ЛР – лабораторные занятия.

## **Перечень рекомендуемых учебных пособий, дополнительной литературы, Интернет-источников**

### ***Основная литература:***

1. Нагаева, И. А. Основы web-дизайна. Методика проектирования: учебное пособие: [12+] / И. А. Нагаева, А. Б. Фролов, И. А. Кузнецов. – Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2021. – 237 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=602208>

### ***Дополнительная литература:***

1. Антипов, К. В. Основы рекламы : учебник / К. В. Антипов. – 5-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2021. – 326 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684193>

2. Трушина, Л. Е. История отечественной и зарубежной рекламы: учебник: [16+] / Л. Е. Трушина. – 2-е изд., стер. – Москва: Дашков и К°, 2020. – 246 с. : ил.. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=112329>

### ***Официальные издания:***

1. Российская газета
2. Собрание законодательства Российской Федерации

### ***Периодические издания:***

1. Реклама. Теория и практика: журнал/гл. ред. Пирогова Ю.К.; учред. ООО "Издательский дом "Гребенников" Член Российской ассоциации маркетинга.- М.: ООО "Издательский дом "Гребенников" Член Российской ассоциации маркетинга, 2020.- № 1-4, 2021. - № 1-2

2. Среднее профессиональное образование: ежемесячный теоретический и научно-методический журнал/гл. ред. А.А. Скамницкий/ООО "АЛМАКС", Москва/2020. - № 1-12, 2021. - № 1-8 16

3. Вузовский Вестник: российская информационно-аналитическая газета ректоров, проректоров, преподавателей, аспирантов, студентов, абитуриентов / гл.ред. Андрей Шолохов; учред. ООО "ЮниВестМедиа".- М.: ООО "ЮниВестМедиа", 2020, 2021

### ***Электронные базы периодических изданий:***

1. Электронная библиотечная система (ЭБС) «Университетская библиотека ONLINE» <https://biblioclub.ru/>

2. Научная электронная библиотека <https://elibrary.ru/titles.asp>

### ***Современные профессиональные базы данных и информационные ресурсы сети Интернет:***

№	Наименование портала (издания, курса, документа)	Ссылка
1.	Российский портал открытого образования	<a href="http://www.edu.ru">http://www.edu.ru</a>
2.	RWR. Реклама в России	<a href="https://www.rwr.ru">https://www.rwr.ru</a>
3.	Российская национальная библиотека.	<a href="http://www.nlr.ru">http://www.nlr.ru</a>
4.	Электронная библиотека Библиотекарь.Ру – книги, периодика, графика, справочная и техническая литература для учащихся средних и высших учебных заведений.	<a href="http://bibliotekar.ru">http://bibliotekar.ru</a>

## **Порядок проведения учебных занятий по профессиональному модулю ПМ.01 «Разработка и создание дизайна рекламной продукции» (МДК.01.01 Художественное проектирование рекламного продукта, МДК.01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта) при освоении образовательной программы инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья**

Создание доступной среды для инвалидов и лиц с ОВЗ (далее – вместе лица/обучающиеся с ОВЗ) является одним из приоритетных направлений современной социальной политики. Доступное профессиональное образование для лиц с ОВЗ – одно из направлений социальной интеграции данной категории граждан в общество, поскольку образование – наиболее действенный социальный ресурс. Профессиональное образование позволяет лицам с ОВЗ повысить конкурентоспособность на рынке труда, создает основу для равных возможностей, повышает личностный статус.

Содержание рабочей программы профессионального модуля и условия организации обучения по данной рабочей программе профессионального модуля для инвалидов определяются в том числе в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида (при наличии), для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья - на основе образовательных программ, адаптированных при необходимости для обучения указанных обучающихся (части 1 и 8 статьи 79 Федерального закона от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»).

Обучение по данному профессиональному модулю обучающихся с ограниченными возможностями здоровья осуществляется Омским филиалом Университета Синергия с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

Выбор методов обучения определяется содержанием обучения, уровнем профессиональной подготовки научно-педагогических работников Омского филиала Университета Синергия, методического и материально-технического обеспечения, особенностями восприятия учебной информации обучающихся с ОВЗ и т.д.

В образовательном процессе по данному профессиональному модулю используются социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими обучающимися, создании комфортного психологического климата в студенческой группе. Технологии, используемые в работе с обучающимися с ОВЗ, учитывают индивидуальные особенности лиц с ОВЗ.

Все образовательные технологии применяются как с использованием универсальных, так и специальных информационных и коммуникационных средств, в зависимости от вида и характера ограниченных возможностей здоровья данной категории обучающихся.

При наличии в Омском филиале Университета Синергия лиц с ОВЗ образовательная деятельность по данному профессиональному модулю проводится:

- в форме контактной работы обучающихся с ОВЗ с педагогическими работниками Омского филиала Университета Синергия и (или) лицами, привлекаемыми Университетом Синергия к реализации данного профессионального модуля на иных условиях (далее – контактная работа). Контактная работа может быть аудиторной, внеаудиторной;

- в форме самостоятельной работы обучающихся с ОВЗ;
- в иных формах, определяемых Университетом Синергия в соответствии с его локальным нормативным актом, содержащим нормы, регулирующие образовательные отношения в части установления порядка организации контактной работы преподавателя с обучающимися.

Конкретные формы и виды самостоятельной работы обучающихся с ОВЗ устанавливаются преподавателем. Выбор форм и видов самостоятельной работы обучающихся с ОВЗ осуществляется с учетом их способностей, особенностей восприятия и готовности к освоению учебного материала. Формы самостоятельной работы устанавливаются с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге или на компьютере, в форме тестирования и т.п.). При необходимости обучающимся с ОВЗ предоставляется дополнительное время для консультаций и выполнения заданий.

Образование обучающихся с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах или в отдельных образовательных организациях

При обучении по данному профессиональному модулю обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются бесплатно специальные учебники и учебные пособия, иная учебная литература.

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и

промежуточной аттестации, обучающихся с ОВЗ в Омском филиале Университета Синергия созданы фонды оценочных средств, адаптированные для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья и позволяющие оценить достижение ими запланированных в ОПОП результатов обучения и уровень сформированности всех компетенций, заявленных в образовательной программе.

Текущий контроль успеваемости осуществляется преподавателем и/или обучающимся инвалидом или обучающимся с ограниченными возможностями здоровья в процессе проведения практических занятий и лабораторных работ, а также при выполнении индивидуальных работ и домашних заданий, или в режиме тренировочного тестирования в целях получения информации о выполнении обучаемым требуемых действий в процессе учебной деятельности; правильности выполнения требуемых действий; соответствии формы действия данному этапу усвоения учебного материала; формировании действия с должной мерой обобщения, освоения (в том числе автоматизированности, быстроты выполнения) и т.д. Текущий контроль успеваемости для обучающихся инвалидов и обучающихся с ограниченными возможностями здоровья имеет большое значение, поскольку позволяет своевременно выявить затруднения и отставание в обучении и внести коррективы в учебную деятельность.

Форма проведения текущей и промежуточной аттестации для студентов-инвалидов устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.). При необходимости студенту-инвалиду предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на мероприятиях промежуточной аттестации.

Во исполнение приказов Минобрнауки России от 09.11.2015 № 1309 «Об утверждении Порядка обеспечения условий доступности для инвалидов объектов и предоставляемых услуг в сфере образования, а также оказания им при этом необходимой помощи», от 02.12.2015 № 1399 «Об утверждении Плана мероприятий («дорожной карты») Министерства образования и науки Российской Федерации по повышению значений показателей доступности для инвалидов объектов и предоставляемых на них услуг в сфере образования»), письма Минобрнауки России от 12.02.2016 № ВК-270/07 «Об обеспечении условий доступности для инвалидов объектов и услуг в сфере образования» проведены обследование объектов Омского филиала Университета Синергия и услуг в сфере образования, оказываемых ему, на предмет их доступности для лиц с ОВЗ, и паспортизация его зданий.

На основе Паспорта доступности для инвалидов объекта и предоставляемых на нем услуг в сфере образования, разработанного по форме согласно письму Минобрнауки России от 12.02.2016 № ВК-270/07, согласованного с общественной организацией Всероссийского общества инвалидов, утверждён план действий Университета Синергия по повышению значений показателей доступности для инвалидов его объектов и услуг в сфере образования, оказываемых им (Дорожная карта), на период до 2030 г. По итогам проведённой паспортизации Омский филиал

Университета Синергия признан условно доступным для лиц с ограниченными возможностями здоровья, что является достаточным основанием для возможности пребывания указанных категорий граждан в Омском филиале Университета Синергия и предоставления им образовательных услуг с учетом дальнейшего увеличения степени его доступности на основе реализации мероприятий Дорожной карты.

Создание безбарьерной среды в Омском филиале Университета Синергия учитывает потребности следующих категорий инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья:

- с нарушениями зрения;
- с нарушениями слуха;
- с ограничением двигательных функций.

Обеспечение доступности прилегающей к Омскому филиалу Университета Синергия территории, входных путей, путей перемещения внутри здания для различных нозологий.

Территория Омского филиала Университета Синергия соответствует условиям беспрепятственного, безопасного и удобного передвижения маломобильных студентов, обеспечения доступа к зданиям и сооружениям, расположенным на нем. Обеспечено доступность путей движения, наличие средств информационно-навигационной поддержки, дублирование лестниц подъемными устройствами, оборудование лестниц поручнями, контрастная окраска дверей и лестниц, выделение мест для парковки автотранспортных средств инвалидов и лиц с ОВЗ.

В Омском филиале Университета Синергия обеспечен один вход, доступный для лиц с нарушением опорно-двигательного аппарата. Помещения, где могут находиться люди на креслах-колясках, размещены на уровне доступного входа. При ином размещении помещений по высоте здания, кроме лестниц, предусмотрены, подъемные платформы для людей с ограниченными возможностями и лифт.

Комплексная информационная система для ориентации и навигации инвалидов и лиц с ОВЗ в архитектурном пространстве Омского филиала Университета Синергия включает визуальную, звуковую и тактильную информацию.

Наличие оборудованных санитарно-гигиенических помещений для студентов различных нозологий.

На каждом этаже обустроена одна туалетная кабина, доступная для маломобильных обучающихся. В универсальной кабине и других санитарно-бытовых помещениях, предназначенных для пользования всеми категориями студентов с ограниченными возможностями, установлены откидные опорные поручни, откидные сидения.

Наличие специальных мест в аудиториях для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

В каждом специальном помещении (учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для



самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования) предусмотрена возможность оборудования по 1 - 2 места для студентов-инвалидов по каждому виду нарушений здоровья - опорно-двигательного аппарата, слуха и зрения.

В стандартной аудитории первые столы в ряду у окна и в среднем ряду предусмотрены для обучаемых с нарушениями зрения и слуха, а для обучаемых, передвигающихся в кресле-коляске, - выделено 1 - 2 первых стола в ряду у дверного проема.

Для слабослышащих студентов использование сурдотехнических средств является средством оптимизации учебного процесса, средством компенсации утраченной или нарушенной слуховой функции.

Технологии беспроводной передачи звука (FM-системы) являются эффективным средством для улучшения разборчивости речи в условиях профессионального обучения.

Учебная аудитория, в которой обучаются студенты с нарушением слуха, оборудована радиоклассом, компьютерной техникой, аудиотехникой (акустический усилитель и колонки), видеотехникой (мультимедийный проектор, экран), мультимедийной системой. Особую роль в обучении слабослышащих также играют видеоматериалы.

В Университете Синергия в наличии брайлевская компьютерная техника, программы-синтезаторы речи.

Компьютерные тифлотехнологии базируются на комплексе аппаратных и программных средств, обеспечивающих преобразование компьютерной информации в доступные для незрячей и слабовидящей формы (звуковое воспроизведение, рельефно-точечный или укрупненный текст), и позволяют обучающимся с нарушением зрения самостоятельно работать на обычном персональном компьютере с программами общего назначения.

Тифлотехнические средства, используемые в учебном процессе студентов с нарушениями зрения: средства для усиления остаточного зрения и средства преобразования визуальной информации в аудио и тактильные сигналы.

Для слабовидящих студентов в лекционных и учебных аудиториях предусмотрена возможность просмотра удаленных объектов (например, текста на доске или слайда на экране) при помощи видеоувеличителей для удаленного просмотра.

Для студентов с нарушениями опорно-двигательного аппарата используются альтернативных устройств ввода информации.

При процессе обучения по данному профессиональному модулю используются специальные возможности операционной системы Windows, такие как экранная клавиатура, с помощью которой можно вводить текст, настройка действий Windows при вводе с помощью клавиатуры или мыши.

При наличии обучающихся с ограниченными возможностями здоровья, необходимо предусмотреть выбор мест прохождения практик (включенных в данный профессиональный модуль), который должен учитывать состояние

здоровья и требования по доступности. При наличии обучающихся с ограниченными возможностями здоровья, необходимо предусмотреть выбор мест прохождения практик (включенных в данный профессиональный модуль), который должен учитывать состояние здоровья и требования по доступности.

### **Общие требования к организации образовательного процесса**

Целью изучения профессионального модуля является приобретение обучающимися глубоких знаний о разработке и создании дизайна рекламной продукции, а также знаний об основных правилах профессиональной этики и приёмах делового общения.

При проведении занятий по профессиональному модулю используются различные формы обучения: лекции, уроки, семинары, практические занятия, в том числе с приглашением работников из ведущих рекламных компаний, деловые игры, ознакомительные экскурсии.

Освоению профессионального модуля предшествует изучение учебных дисциплин «Рисунок с основами перспективы», «Живопись с основами цветоведения».

В процессе обучения профессионального модуля предусмотрена учебная практика в объеме 108 часов и производственная практика в объеме 180 часов. При работе над курсовой работой обучающимся оказываются консультации.

Изучение программы модуля завершается квалификационным экзаменом, который предполагает представление портфолио профессиональных достижений студента и защиту методических материалов (См.Приложения).

При наличии обучающихся с ограниченными возможностями здоровья, необходимо предусмотреть выбор мест прохождения практик (включенных в данный профессиональный модуль), который должен учитывать состояние здоровья и требования по доступности.

### **Кадровое обеспечение образовательного процесса**

Реализация ППССЗ по специальности должна обеспечиваться педагогическими кадрами, имеющими высшее образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины (модуля). Опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы является обязательным для преподавателей, отвечающих за освоение обучающимся профессионального учебного цикла. Преподаватели получают дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации, в том числе в форме стажировки в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

## **V. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля**

Образовательное учреждение, реализующее подготовку по программе профессионального модуля, обеспечивает организацию и проведение текущего контроля и промежуточной аттестации.

Текущий контроль производится преподавателем в процессе обучения.

Обучение по профессиональному модулю завершается квалификационным экзаменом, который проводит экзаменационная комиссия.

Формы и методы текущего и итогового контроля по профессиональному модулю разрабатываются Омским филиалом Университета Синергия и доводятся до сведения обучающихся не позднее начала двух месяцев от начала обучения.

Для текущего и итогового контроля образовательным учреждением создаются фонды оценочных средств (ФОС).

ФОС включают в себя педагогические контрольно – измерительные материалы, предназначенные для определения соответствия (или несоответствия) индивидуальных образовательных достижений основным показателям результатов подготовки (таблицы).

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
<i>иметь практический опыт:</i>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• выбора художественной формы реализации рекламной идеи; (ОК 1 – ОК 11, ПК 1.1 – ПК 1.5)</li> </ul>	<p><u>Формы контроля обучения:</u>  <i>Текущий контроль:</i>            Практические занятия: практические занятия с практическими заданиями с использованием персонального компьютера, групповые дискуссии, психологические тренинги: прохождение практики (дневник практики, отчет по практике)            Самостоятельная работа: эссе, выполнение домашних заданий</p> <p><i>Промежуточная аттестация</i>  <u>Методы оценки результатов обучения:</u> -            формализованное наблюдение за деятельностью студента и оценка на практическом занятии;            - оценка самостоятельности и творческого подхода;            - оценка выполнения индивидуальных заданий;            - оценка степени участия в групповых дискуссиях, психологических тренингах деловых играх;            - проверка и оценка отчета и дневника практик            накопительная оценка</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• создания визуального образа с рекламными функциями; (ОК 1 – ОК 11, ПК 1.1 – ПК 1.5)</li> </ul>	<p><u>Формы контроля обучения:</u>  <i>Текущий контроль:</i>            Практические занятия: практические занятия с практическими заданиями с использованием персонального компьютера, групповые дискуссии, психологические тренинги: прохождение практики (дневник практики, отчет по практике)            Самостоятельная работа: эссе, выполнение домашних заданий</p> <p><i>Промежуточная аттестация</i>  <u>Методы оценки результатов обучения:</u> -            формализованное наблюдение за деятельностью студента и оценка на практическом занятии;            - оценка самостоятельности и творческого подхода;            - оценка выполнения индивидуальных заданий;            - оценка степени участия в групповых дискуссиях,</p>

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
	психологических тренингах деловых играх; - проверка и оценка отчета и дневника практик накопительная оценка
<ul style="list-style-type: none"> <li>художественного конструирования рекламных продуктов по заданию; (ОК 1 – ОК 11, ПК 1.1 – ПК 1.5)</li> </ul>	<p><u>Формы контроля обучения:</u> <i>Текущий контроль:</i> Практические занятия: практические занятия с практическими заданиями с использованием персонального компьютера, групповые дискуссии, психологические тренинги: прохождение практики (дневник практики, отчет по практике) Самостоятельная работа: эссе, выполнение домашних заданий <i>Промежуточная аттестация</i> <u>Методы оценки результатов обучения:</u> - формализованное наблюдение за деятельностью студента и оценка на практическом занятии; - оценка самостоятельности и творческого подхода; - оценка выполнения индивидуальных заданий; - оценка степени участия в групповых дискуссиях, психологических тренингах деловых играх; - проверка и оценка отчета и дневника практик накопительная оценка</p>
<b>уметь:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги; (ОК 1 – ОК 11, ПК 1.1 – ПК 1.5)</li> </ul>	<p><u>Формы контроля обучения:</u> <i>Текущий контроль:</i> Практические занятия: практические занятия с практическими заданиями с использованием персонального компьютера, групповые дискуссии, психологические тренинги: прохождение практики (дневник практики, отчет по практике) Самостоятельная работа: эссе, выполнение домашних заданий <i>Промежуточная аттестация</i> <u>Методы оценки результатов обучения:</u> - формализованное наблюдение за деятельностью студента и оценка на практическом занятии; - оценка самостоятельности и творческого подхода; - оценка выполнения индивидуальных заданий; - оценка степени участия в групповых дискуссиях, психологических тренингах деловых играх; - проверка и оценка отчета и дневника практик накопительная оценка</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>разрабатывать композиционное решение рекламного продукта; (ОК 1 – ОК 11, ПК 1.1 – ПК 1.5)</li> </ul>	<p><u>Формы контроля обучения:</u> <i>Текущий контроль:</i> Практические занятия: практические занятия с практическими заданиями с использованием персонального компьютера, групповые дискуссии, психологические тренинги: прохождение практики (дневник практики, отчет по практике) Самостоятельная работа: эссе, выполнение домашних заданий</p>

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
	<p><i>Промежуточная аттестация</i>  <u>Методы оценки результатов обучения:</u> -  формализованное наблюдение за деятельностью студента и оценка на практическом занятии;  - оценка самостоятельности и творческого подхода;  - оценка выполнения индивидуальных заданий;  - оценка степени участия в групповых дискуссиях, психологических тренингах деловых играх;  - проверка и оценка отчета и дневника практик  накопительная оценка</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы;  (ОК 1 – ОК 11, ПК 1.1 – ПК 1.5)</li> </ul>	<p><u>Формы контроля обучения:</u>  <i>Текущий контроль:</i>  Практические занятия: практические занятия с практическими заданиями с использованием персонального компьютера, групповые дискуссии, психологические тренинги: прохождение практики (дневник практики, отчет по практике)  Самостоятельная работа: эссе, выполнение домашних заданий  <i>Промежуточная аттестация</i>  <u>Методы оценки результатов обучения:</u> -  формализованное наблюдение за деятельностью студента и оценка на практическом занятии;  - оценка самостоятельности и творческого подхода;  - оценка выполнения индивидуальных заданий;  - оценка степени участия в групповых дискуссиях, психологических тренингах деловых играх;  - проверка и оценка отчета и дневника практик  накопительная оценка</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>составлять рекламные тексты  (ОК 1 – ОК 11, ПК 1.1 – ПК 1.5)</li> </ul>	<p><u>Формы контроля обучения:</u>  <i>Текущий контроль:</i>  Практические занятия: практические занятия с практическими заданиями с использованием персонального компьютера, групповые дискуссии, психологические тренинги: прохождение практики (дневник практики, отчет по практике)  Самостоятельная работа: эссе, выполнение домашних заданий  <i>Промежуточная аттестация</i>  <u>Методы оценки результатов обучения:</u> -  формализованное наблюдение за деятельностью студента и оценка на практическом занятии;  - оценка самостоятельности и творческого подхода;  - оценка выполнения индивидуальных заданий;  - оценка степени участия в групповых дискуссиях, психологических тренингах деловых играх;  - проверка и оценка отчета и дневника практик  накопительная оценка</p>
<p><b>знать:</b></p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы;</li> </ul>	<p><u>Формы контроля обучения:</u>  <i>Текущий контроль:</i></p>

<b>Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)</b>	<b>Формы и методы контроля и оценки результатов обучения</b>
<p>(ОК 1 – ОК 11, ПК 1.1 – ПК 1.5)</p>	<p>Практические занятия: практические занятия с практическими заданиями с использованием персонального компьютера, групповые дискуссии, психологические тренинги: прохождение практики (дневник практики, отчет по практике) Самостоятельная работа: эссе, выполнение домашних заданий <i>Промежуточная аттестация</i> <u>Методы оценки результатов обучения:</u> - формализованное наблюдение за деятельностью студента и оценка на практическом занятии; - оценка самостоятельности и творческого подхода; - оценка выполнения индивидуальных заданий; - оценка степени участия в групповых дискуссиях, психологических тренингах деловых играх; - проверка и оценка отчета и дневника практик накопительная оценка</p>
<p>• приемы и принципы составления рекламного текста; (ОК 1 – ОК 11, ПК 1.1 – ПК 1.5)</p>	<p><u>Формы контроля обучения:</u> <i>Текущий контроль:</i> Практические занятия: практические занятия с практическими заданиями с использованием персонального компьютера, групповые дискуссии, психологические тренинги: прохождение практики (дневник практики, отчет по практике) Самостоятельная работа: эссе, выполнение домашних заданий <i>Промежуточная аттестация</i> <u>Методы оценки результатов обучения:</u> - формализованное наблюдение за деятельностью студента и оценка на практическом занятии; - оценка самостоятельности и творческого подхода; - оценка выполнения индивидуальных заданий; - оценка степени участия в групповых дискуссиях, психологических тренингах деловых играх; - проверка и оценка отчета и дневника практик накопительная оценка</p>
<p>• композицию, шрифтовую и художественную графику в рекламе; (ОК 1 – ОК 11, ПК 1.1 – ПК 1.5)</p>	<p><u>Формы контроля обучения:</u> <i>Текущий контроль:</i> Практические занятия: практические занятия с практическими заданиями с использованием персонального компьютера, групповые дискуссии, психологические тренинги: прохождение практики (дневник практики, отчет по практике) Самостоятельная работа: эссе, выполнение домашних заданий <i>Промежуточная аттестация</i> <u>Методы оценки результатов обучения:</u> - формализованное наблюдение за деятельностью студента и оценка на практическом занятии; - оценка самостоятельности и творческого подхода; - оценка выполнения индивидуальных заданий;</p>

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
	<p>-оценка степени участия в групповых дискуссиях, психологических тренингах деловых играх; - проверка и оценка отчета и дневника практик накопительная оценка</p>
<p>• методы проектирования рекламного продукта; (ОК 1 – ОК 11, ПК 1.1 – ПК 1.5)</p>	<p><u>Формы контроля обучения:</u> <i>Текущий контроль:</i> Практические занятия: практические занятия с практическими заданиями с использованием персонального компьютера, групповые дискуссии, психологические тренинги: прохождение практики (дневник практики, отчет по практике) Самостоятельная работа: эссе, выполнение домашних заданий <i>Промежуточная аттестация</i> <u>Методы оценки результатов обучения:</u> - формализованное наблюдение за деятельностью студента и оценка на практическом занятии; - оценка самостоятельности и творческого подхода; - оценка выполнения индивидуальных заданий; -оценка степени участия в групповых дискуссиях, психологических тренингах деловых играх; - проверка и оценка отчета и дневника практик накопительная оценка</p>
<p>• методы психологического воздействия на потребителя (ОК 1 – ОК 11, ПК 1.1 – ПК 1.5)</p>	<p><u>Формы контроля обучения:</u> <i>Текущий контроль:</i> Практические занятия: практические занятия с практическими заданиями с использованием персонального компьютера, групповые дискуссии, психологические тренинги: прохождение практики (дневник практики, отчет по практике) Самостоятельная работа: эссе, выполнение домашних заданий <i>Промежуточная аттестация</i> <u>Методы оценки результатов обучения:</u> - формализованное наблюдение за деятельностью студента и оценка на практическом занятии; - оценка самостоятельности и творческого подхода; - оценка выполнения индивидуальных заданий; -оценка степени участия в групповых дискуссиях, психологических тренингах деловых играх; - проверка и оценка отчета и дневника практик накопительная оценка</p>

## Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по профессиональному модулю

Промежуточная аттестация по модулю проводится в форме экзамена квалификационного; по учебной практике, производственной практике, МДК.01.01 и МДК.02.01 – дифференцированный зачет.

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Критерии оценки, балл
1.	Экзамен квалификационный ОК 1 – ОК 11, ПК 1.1 – ПК 1.5	<p>Экзамен представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя:</p> <p>Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;</p> <p>Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности;</p> <p>Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины</p>	<p>Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале:                      Задание 1: 0-30 баллов                      Задание 2: 0-30 баллов                      Задание 3: 0-40 баллов</p> <p><b>-90 и более (отлично)</b> – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Задания решены правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат.</p> <p><b>-70 и более (хорошо)</b>– ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Ход решения задания правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат.</p> <p><b>-50 и более (удовлетворительно)</b>– ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Задания решены частично.</p> <p><b>-Менее 50 (неудовлетворительно)</b>– ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задания не решены</p>
2	Дифференцированный зачет (учебная практика) ОК 1 – ОК 11, ПК 1.1 – ПК 1.5	Дифференцированный зачет представляет собой проверку выполнения обучающимся заданий практики и	<p>Оценка по учебной практике формируется на основе:</p> <p><b>Дневник по учебной практике:</b>  <b>5</b> – получают обучающиеся,</p>



№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Критерии оценки, балл
		<p>подтверждением его результатов (отчет и дневник по практике):</p> <p><i>Дневник по учебной практике:</i> в дневник записывается календарный план прохождения учебной практики (в соответствии с индивидуальным планом работы). В дальнейшем в дневник записываются все выполняемые обучающимся виды работ. Записи делаются ежедневно. Дневник является неотъемлемой частью отчета о прохождении практики, который подписывается руководителем от базы практики и сдается вместе с отчетом по практике. Допускаются приложения.</p> <p><i>Отчет по учебной практике:</i> Предоставление отчета о прохождении учебной практики, индивидуального плана работы и аттестационного листа, содержащего сведения об уровне освоения обучающимся профессиональных компетенций, а также характеристики на обучающегося по освоению профессиональных компетенций в период прохождения практики</p>	<p>справившиеся с работой на 90-100 %;</p> <p><b>4</b> – ставится в том случае, если содержание соответствует 70 – 89 % от норматива заполнения дневника по практике;</p> <p><b>3</b> – ставится в том случае, если содержание соответствует 50 – 69 % от норматива заполнения дневника по практике;</p> <p><b>2</b> – ставится в том случае, если содержание соответствует 0 – 49 % от норматива заполнения дневника по практике.</p> <p><b>Отчет по учебной практике:</b></p> <p>– <b>85-95</b> – выставляется, если обучающийся выполнил индивидуальный план работы учебной практики:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• осуществил подборку необходимых нормативных правовых документов в соответствии с объектом исследования;</li> <li>• в период прохождения учебной практики выполнил спектр функций, которые в полной мере соответствуют области профессиональной деятельности;</li> <li>• во время защиты свободно, исчерпывающе и аргументированно ответил на все вопросы по существу;</li> <li>• правильно оформил отчет о прохождении учебной практики;</li> <li>• имеет положительную характеристику по освоению компетенций в период прохождения учебной практики от Организации;</li> <li>• имеет положительное заключение об уровне освоения обучающимся профессиональных компетенций, содержащееся в аттестационном листе.</li> </ul> <p><b>65-84</b> – выставляется, если обучающийся выполнил индивидуальный план работы по учебной практике;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• осуществил подборку</li> </ul>

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Критерии оценки, балл
			<p>необходимых нормативных правовых документов в соответствии с объектом исследования;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• в период прохождения учебной практики выполнил спектр функций, которые в основном соответствуют области профессиональной деятельности;</li> <li>• во время защиты исчерпывающе ответил на все вопросы по существу, согласно;</li> <li>• оформил отчет о прохождении учебной практики с незначительными недостатками;</li> <li>• имеет положительную характеристику по освоению профессиональных компетенций в период прохождения учебной практики от Организации;</li> <li>• имеет положительное заключение об уровне освоения обучающимся профессиональных компетенций, содержащееся в аттестационном листе.</li> </ul> <p><b>45-64</b> – выставляется, если обучающийся выполнил индивидуальный план работы по учебной практике не в полном объеме:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• не в полной мере осуществил подборку необходимых нормативных правовых документов в соответствии с объектом исследования;</li> <li>• в период прохождения учебной практики выполнил спектр функций, которые частично соответствуют области профессиональной деятельности;</li> <li>• во время защиты ответил на вопросы по существу без должной аргументации;</li> <li>• оформил отчет о прохождении учебной практики с недостатками;</li> <li>• имеет характеристику по освоению профессиональных компетенций в период прохождения учебной практики</li> </ul>

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Критерии оценки, балл
			<p>от Организации с указанием отдельных недостатков;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• имеет положительное заключение об уровне освоения обучающимся профессиональных компетенций, содержащееся в аттестационном листе.</li> </ul> <p>– <b>0 - 44</b> – выставляется, если обучающийся не выполнил индивидуальный план работы по учебной практике;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• не осуществил подборку необходимых нормативных правовых документов в соответствии с объектом исследования;</li> <li>• в период прохождения учебной практики выполнил спектр функций, которые не соответствуют области профессиональной деятельности;</li> <li>• во время защиты не ответил на заданные вопросы или ответил неверно, не по существу;</li> <li>• неправильно оформил отчет о прохождении учебной практики;</li> <li>• имеет отрицательную характеристику по освоению профессиональных компетенций в период прохождения учебной практики от Организации;</li> <li>• имеет отрицательное заключение об уровне освоения обучающимся профессиональных компетенций, содержащееся в аттестационном листе.</li> </ul> <p><b>Итоговая оценка:</b>  <b>Зачтено с оценкой:</b>  <b>«Отлично» -90-100;</b>  <b>«Хорошо» -89-70;</b>  <b>«Удовлетворительно» -69-50;</b>  <b>«Неудовлетворительно» - 49-0</b></p>
3.	Дифференцированный Зачет (производственная практика) ОК 1 – ОК 11, ПК 1.1 – ПК 1.5	Дифференцированный зачет представляет собой проверку выполнения обучающимся заданий практики и подтверждением его результатов (отчет и	Оценка по учебной практике формируется на основе:  <b>Дневник по учебной практике:</b> <b>5</b> – получают обучающиеся, справившиеся с работой на 90-100 %;

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Критерии оценки, балл
		<p>дневник по практике):</p> <p><i>Дневник по учебной практике:</i> в дневник записывается календарный план прохождения учебной практики (в соответствии с индивидуальным планом работы). В дальнейшем в дневник записываются все выполняемые обучающимся виды работ. Записи делаются ежедневно. Дневник является неотъемлемой частью отчета о прохождении практики, который подписывается руководителем от базы практики и сдается вместе с отчетом по практике. Допускаются приложения.</p> <p><i>Отчет по учебной практике:</i> Предоставление отчета о прохождении учебной практики, индивидуального плана работы и аттестационного листа, содержащего сведения об уровне освоения обучающимся профессиональных компетенций, а также характеристики на обучающегося по освоению профессиональных компетенций в период прохождения практики</p>	<p><b>4</b> – ставится в том случае, если содержание соответствует 70 – 89 % от норматива заполнения дневника по практике;</p> <p><b>3</b> – ставится в том случае, если содержание соответствует 50 – 69 % от норматива заполнения дневника по практике;</p> <p><b>2</b> – ставится в том случае, если содержание соответствует 0 – 49 % от норматива заполнения дневника по практике.</p> <p><b>Отчет по учебной практике:</b></p> <p>– <b>85-95</b> – выставляется, если обучающийся выполнил индивидуальный план работы учебной практики:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• осуществил подборку необходимых нормативных правовых документов в соответствии с объектом исследования;</li> <li>• в период прохождения учебной практики выполнил спектр функций, которые в полной мере соответствуют области профессиональной деятельности;</li> <li>• во время защиты свободно, исчерпывающе и аргументированно ответил на все вопросы по существу;</li> <li>• правильно оформил отчет о прохождении учебной практики;</li> <li>• имеет положительную характеристику по освоению компетенций в период прохождения учебной практики от Организации;</li> <li>• имеет положительное заключение об уровне освоения обучающимся профессиональных компетенций, содержащееся в аттестационном листе.</li> </ul> <p><b>65-84</b> – выставляется, если обучающийся выполнил индивидуальный план работы по учебной практике;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• осуществил подборку необходимых нормативных правовых документов в</li> </ul>

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Критерии оценки, балл
			<p>соответствии с объектом исследования;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• в период прохождения учебной практики выполнил спектр функций, которые в основном соответствуют области профессиональной деятельности;</li> <li>• во время защиты исчерпывающе ответил на все вопросы по существу, согласно;</li> <li>• оформил отчет о прохождении учебной практики с незначительными недостатками;</li> <li>• имеет положительную характеристику по освоению профессиональных компетенций в период прохождения учебной практики от Организации;</li> <li>• имеет положительное заключение об уровне освоения обучающимся профессиональных компетенций, содержащееся в аттестационном листе.</li> </ul> <p><b>45-64</b> – выставляется, если обучающийся выполнил индивидуальный план работы по учебной практике не в полном объеме:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• не в полной мере осуществил подборку необходимых нормативных правовых документов в соответствии с объектом исследования;</li> <li>• в период прохождения учебной практики выполнил спектр функций, которые частично соответствуют области профессиональной деятельности;</li> <li>• во время защиты ответил на вопросы по существу без должной аргументации;</li> <li>• оформил отчет о прохождении учебной практики с недостатками;</li> <li>• имеет характеристику по освоению профессиональных компетенций в период прохождения учебной практики от Организации с указанием отдельных недостатков;</li> </ul>

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Критерии оценки, балл
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• имеет положительное заключение об уровне освоения обучающимся профессиональных компетенций, содержащееся в аттестационном листе.</li> <li>– <b>0 - 44</b> – выставляется, если обучающийся не выполнил индивидуальный план работы по учебной практике;</li> <li>• не осуществил подборку необходимых нормативных правовых документов в соответствии с объектом исследования;</li> <li>• в период прохождения учебной практики выполнил спектр функций, которые не соответствуют области профессиональной деятельности;</li> <li>• во время защиты не ответил на заданные вопросы или ответил неверно, не по существу;</li> <li>• неправильно оформил отчет о прохождении учебной практики;</li> <li>• имеет отрицательную характеристику по освоению профессиональных компетенций в период прохождения учебной практики от Организации;</li> <li>• имеет отрицательное заключение об уровне освоения обучающимся профессиональных компетенций, содержащееся в аттестационном листе.</li> </ul> <p><b>Итоговая оценка:</b>  <b>Зачтено с оценкой:</b>  <b>«Отлично» -90-100;</b>  <b>«Хорошо» -89-70;</b>  <b>«Удовлетворительно» -69-50;</b>  <b>«Неудовлетворительно» - 49-0</b></p>
4.	Дифференцированный зачет (МДК.01.01) ОК 1 – ОК 11, ПК 1.1. – ПК 1.5	<p>Дифференцированный зачет – это зачет с оценкой, который представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя:</p> <p>Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых</p>	<p>Выполнение обучающимся заданий билета оценивается по следующей балльной шкале:  Задание 1: 0-30 баллов  Задание 2: 0-30 баллов  Задание 3: 0-40 баллов</p> <p><b>«Зачтено»</b>  — <b>90-100 (отлично)</b>– ответ</p>

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Критерии оценки, балл
		<p>понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;</p> <p>Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности;</p> <p>Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины</p>	<p>правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат.</p> <p>— <b>70 -89 (хорошо)</b> – ответ в целом правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат.</p> <p>— <b>50-69 (удовлетворительно)</b> – ответ в основном правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология.</p> <p><b>«Не зачтено»</b></p> <p>— <b>менее 50 (неудовлетворительно)</b> – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные.</p>
5.	Дифференцированный зачет (МДК.01.02) ПК 1.1. ПК 1.3	<p>Дифференцированный зачет – это зачет с оценкой, который представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя:</p> <p>Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;</p> <p>Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем,</p>	<p>Выполнение обучающимся заданий билета оценивается по следующей балльной шкале: Задание 1: 0-30 баллов Задание 2: 0-30 баллов Задание 3: 0-40 баллов</p> <p><b>«Зачтено»</b></p> <p>— <b>90-100 (отлично)</b>– ответ правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат.</p> <p>— <b>70 -89 (хорошо)</b> – ответ в целом правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат.</p> <p>— <b>50-69 (удовлетворительно)</b> – ответ в основном правильный, логически выстроен, использована профессиональная</p>

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Критерии оценки, балл
		близких к профессиональной деятельности; Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины	терминология. «Не зачтено» — менее 50 (неудовлетворительно) – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные.
6.	Курсовая работа	Дифференцированный зачет представляет собой проверку выполнения обучающимся курсовой работы	<b>85-100</b> – выставляется, если обучающийся выполнил курсовую работу <b>65-84</b> – выставляется, если обучающийся выполнил курсовую работу <b>45-64</b> – выставляется, если обучающийся выполнил курсовую работу не в полном объеме: <b>0 - 44</b> – выставляется, если обучающийся не выполнил курсовую работу <b>Итоговая оценка:</b> <b>Зачтено с оценкой:</b> «Отлично» -90-100; «Хорошо» -89-70; «Удовлетворительно» -69-50; «Неудовлетворительно» - 49-0

**Типовые задания для проведения промежуточной аттестации по МДК.01.01 Художественное проектирование рекламного продукта – дифференцированный зачет**

**4 семестр**

**Задания 1-го типа**

1. Классификация рекламы и основных средств распространения рекламы
2. Реклама товаров промышленного назначения: разработка формы и содержания (на примере местного рекламного рынка).
3. Реклама в СМИ: значение, виды, творческий подход, требования эффективности. Опыт работы местных СМИ на рекламном рынке.
4. Перспективные направления рекламной деятельности: мировой опыт и отечественная практика.
5. Различия индивидуального и массового восприятия. Имидж и стереотипы в рекламе.
6. Особенности регулирования наружной рекламы в городе (на примере местного рынка).
7. Этапы разработки дизайна в рекламе (на примере любого рекламного продукта).
8. Креативная стратегия рекламной кампании (на примере местного



рекламного рынка).

9. Выбор способа печати, шрифтов, бумаги для рекламного материала.

10. Анализ рекламных слоганов в российской и зарубежной рекламе.

11. Технология разработки рекламного продукта по выбору студента (на примере местного рекламного рынка).

12. Директ-маркетинг и директ-мейл: зарубежный опыт и отечественная практика.

13. Слоган. Его характеристики. Механизмы воздействия слоганов на потребителя (примеры из отечественной рекламы).

14. Товарные знаки: создание, психология, восприятие, роль в стимулировании сбыта. «Паблик- рилейшнз».

15. Художник-дизайнер, художник-оформитель, художник-иллюстратор и их функции в рекламе

16. Роль маркетинговых исследований в эффективности рекламы. Исследование рынка наружной рекламы.

17. Интересные примеры имиджевой стратегии рекламной кампании в России.

18. Речевые ошибки современной рекламы (примеры из местных СМИ).

19. Реклама и ценностные ориентации: влияние рекламной коммуникации на массовое сознание.

20. Особенности молодежной рекламы (на примере местного рынка рекламы)

21. Рекламная листовка. Область применения, основные форматы, требования к оригинал-макетам.

22. Этапы разработки логотипа.

23. Виды наружной рекламы.

24. Социальная реклама как самостоятельный вид современной коммуникации.

25. Рекламного плакат в ряду печатной рекламы. Требования к оригинал-макетам плаката.

### ***Задания 2-го типа***

1. Расскажите о контрастах. Приведите примеры.

2. Раскройте понятие «ритм». Приведите примеры на основе рекламной полиграфии.

3. Раскройте понятие «динамика». Приведите примеры на основе рекламной полиграфии.

4. Раскройте понятие «статика». Приведите примеры на основе рекламной полиграфии.

5. Расскажите о законах композиции. Приведите примеры

6. Расскажите о композиционном законе «единства и целостности». Приведите примеры на основе рекламной полиграфии.

7. Расскажите о композиционном законе «соподчинения». Приведите примеры на основе рекламной полиграфии.

8. Расскажите о композиционном законе «соразмерения». Приведите примеры на основе рекламной полиграфии.

9. Расскажите о композиционном законе «видоизменения». Приведите примеры на основе рекламной полиграфии.

10. Расскажите о композиционном законе «равновесия». Приведите примеры на основе рекламной полиграфии

11. Раскройте понятие «модуль». Приведите примеры построения композиционных конструкций по модульной сетке.

12. Расскажите об элементах фирменного стиля. Приведите примеры

13. Расскажите об оптических иллюзиях. Приведите примеры.

14. Раскройте понятие «цветовая гармония». Приведите примеры на основе рекламной полиграфии

15. Раскройте понятие «тёплые» и «холодные» цвета. Приведите примеры на основе рекламной полиграфии.

16. Расскажите о психологии света. Приведите примеры

17. Расскажите психологии цвета. Приведите примеры

18. Расскажите о психологии формы в рекламе: восприятие форм геометрических фигур и форм линий. Приведите примеры

19. Назовите приемы создания рекламы, использующие результаты анализа мотивов потребителей. Приведите примеры

20. Перечислите методы рекламного воздействия. Приведите примеры

21. Охарактеризуйте использование методов убеждения и внушения для повышения эффективности рекламы. Приведите примеры

22. Опишите использование невербальных средств общения при психологическом воздействии рекламы. Приведите примеры

23. Перечислите и подтвердите примерами психологические особенности восприятия рекламы: детерминанты внимания и понимания, относящиеся к стимулам. Приведите примеры

24. Охарактеризуйте ощущение как процесс восприятия. Приведите примеры

25. Объясните сущность воздействия рекламы на эмоциональную сферу. Приведите примеры

### ***Задания 3-го типа***

1. Выполнить композицию с использованием ахроматических цветов с ярко выраженным композиционным центром на тему: (варианты на выбор) небо, космос, облака. Написать пояснение к выполненной работе, с подробным описанием, применённых композиционных приёмов.

2. Выполнить статичную абстрактную композицию с выделением доминанты по теме: «Архитектурные формы, город». Написать пояснение к выполненной работе, с подробным описанием, применённых композиционных приёмов.

3. Выполнить абстрактную композицию, применяя композиционные приёмы: ритм и музыка, ритм и цвет, для раскрытия темы: «Музыкальные инструменты». Написать пояснение к выполненной работе, с подробным описанием, применённых композиционных приёмов.

4. Выполнить абстрактную композицию, применяя принципы построения

золотого сечения, применяя различные элементы композиции на тему: «Золотое сечение и природные формы». Написать пояснение к выполненной работе, с подробным описанием, применённых композиционных приёмов.

5. Выполнить композицию по теме: (варианты на выбор) «Чертополох, сосна, шиповник» с выявлением различного характера линий и подбором композиционных приёмов для раскрытия выбранной темы. Написать пояснение к выполненной работе, с подробным описанием, применённых композиционных приёмов.

6. Выполнить абстрактную композицию, применяя различные композиционные приёмы, по теме: «Опасность». Написать пояснение к выполненной работе, с подробным описанием, применённых композиционных приёмов.

7. Выполнить абстрактную композицию с применением композиционных приёмов, таких как архитектоника пластичных форм, по теме: «Растительные формы». Написать пояснение к выполненной работе, с подробным описанием, применённых композиционных приёмов.

8. Выполнить объёмную абстрактную композицию с применением различных композиционных приёмов на тему: «Контраст по форме». Написать пояснение к выполненной работе, с подробным описанием, применённых композиционных приёмов.

**Примерные темы для курсовых работ по МДК.01.01 Художественное проектирование рекламного продукта  
4 семестр**

1. Разработка фирменного стиля завода по производству строительных материалов.

2. Разработка фирменного стиля молодежного движения

3. Разработка фирменного стиля школы греко-римской борьбы

4. Разработка фирменного стиля тренажерного зала

5. Разработка фирменного стиля клининговой компании

6. Разработка фирменного стиля образовательного учреждения

7. Разработка фирменного стиля магазина игрушек

8. Разработка фирменного стиля магазина одежды

9. Разработка фирменного стиля ювелирного салона

10. Разработка фирменного стиля зоомагазина

11. Разработка фирменного стиля школы верховой езды

12. Разработка фирменного стиля автосалона

13. Разработка фирменного стиля обувного магазина

14. Разработка фирменного стиля гостиницы

15. Разработка фирменного стиля часовой мастерской

16. Разработка фирменного стиля парка аттракционов

17. Разработка фирменного стиля услуг визажиста

**Типовые задания для проведения промежуточной аттестации по**

## **МДК.01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукты – дифференцированный зачет**

### ***3 семестр***

#### ***Задания 1-го типа***

1. Классификация рекламных средств.
2. Фирменный стиль. Основные определения.
3. Основные профессии в рекламе. Состав рекламного агентства.
4. Основные принципы создания фирменного стиля.
5. Составляющие фирменного стиля.
6. Графический товарный знак – логотип. Основные типы и принципы разработки.
7. Требования к оригинал-макету логотипа.
8. Цветовые модели CMYK и RGB.
9. Роль фирменного сочетания цветов.
10. Шрифт как элемент дизайна. Фирменный шрифт.
11. Схема верстки как элемент фирменного стиля.
12. Модульные сетки и их применение в полиграфическом дизайне.
13. Брэндбук. Область применения и структура.
14. Основные способы тиражирования печатной рекламы.
15. Оригинал-макет. Определение, основные требования.
16. Сувенирная продукция как элемент фирменного стиля. Виды сувенирной продукции.
17. Основы производства сувенирной продукции.
18. Требования к оригинал-макету рекламного продукта.
19. Наружная реклама. Виды и формы.
20. Правовая охрана товарного знака.
21. Психологические аспекты воздействия цвета в рекламе.
22. Фирменный стиль и бренд. Роль фирменного стиля в формировании бренда.
23. Рекламный плакат. Его основные составляющие и требования к разработке.
24. Принципы плакатного дизайна.
25. Социальная реклама. Ее виды, задачи, цели и формы.

#### ***Задания 2-го типа***

1. Объясните основные понятия семиотики, применимые к рекламному тексту «нарратор», «знак», «ядро». Приведите примеры
2. Назовите основные приемы создания рекламного текста. Приведите примеры
3. Раскройте понятие «основной текст» рекламы. Приведите примеры
4. Раскройте понятие «слоган» и назначение слогана, подтвердите примерами
5. Назовите особенности слогана в интернете. Приведите примеры
6. Охарактеризуйте миф как способ организации восприятия реальности. Приведите примеры

7. Назовите преимущества и недостатки рекламных текстов в различных типах рекламы. Приведите примеры

8. Назовите основные правила создания хорошей рекламы и рекламных текстов (кодекс копирайтера). Приведите примеры

9. Охарактеризуйте и дайте определение что такое изобразительные приёмы ассоциативного выражения темы: гипербола, метафора, иносказание, подтекст. Приведите примеры

10. Охарактеризуйте приемы и методы создания зрительного образа фирмы. Приведите примеры

11. Охарактеризуйте приемы и методы создания номенклатуры комплекса носителей фирменного стиля. Приведите примеры

12. Охарактеризуйте приемы и методы создания логотипа. Приведите примеры

13. Охарактеризуйте приемы и методы визуализации товарного знака. Приведите примеры

14. Охарактеризуйте приемы и методы создания фирменного блока. Приведите примеры

15. Охарактеризуйте и дайте определение что такое джумби, мобайлы, шелфтолкеры, воблеры. Приведите примеры

16. Охарактеризуйте и дайте определение что такое напольные фигуры с высечкой. Приведите примеры

17. Охарактеризуйте и дайте определение что такое магистральные щиты (билборды), суперборды, суперсайты, пилоны, склоллеры, призматроны. Приведите примеры

18. Охарактеризуйте приемы и методы анализа ситуации в городской среде и цветового решения фасада. Приведите примеры

19. Охарактеризуйте приемы и методы разработки рекламной вывески. Приведите примеры

20. Охарактеризуйте и дайте определение что такое комплексное решение элементов наружной рекламы. Приведите примеры

21. Охарактеризуйте приемы и методы визуализация рекламы на транспорте. Приведите примеры

22. Охарактеризуйте и дайте определение что такое нестандартная рекламная установка. Приведите примеры

23. Охарактеризуйте приемы и методы функционального зонирования ансамбля. Приведите примеры

24. Охарактеризуйте и дайте определение что такое дизайн -проект экспозиции. Приведите примеры

25. Охарактеризуйте приемы и методы осуществления проектирования полиграфии для экспозиции. Приведите примеры

### ***Задания 3-го типа***

1. Создать копию визитки по предложенному варианту. Необходимо подобрать соответствующие цвета, шрифты, повторить композиционное решение. Определить

вид визитки, написать определение. Компьютерная программа для выполнения работы: Adobe Illustrator

2. Разработать вариант дизайна обложки журнала, используя хроматические цвета: оранжевый, голубой. Тема: «Мода». Создать макет, написать рекламный текст, предложить варианты слоганов, названия статей и всю необходимую информацию.

3. Разработать вариант дизайна обложки журнала, используя хроматические цвета: красный, синий, жёлтый. Тема: «Птицы». Создать макет, написать рекламный текст, предложить варианты слоганов, названия статей и всю необходимую информацию.

4. Выполнить реалистичную композицию, используя композиционные приёмы – контраст по фактуре, на тему: «Животное» (техника – графика/стилизация). Написать пояснение к выполненной работе, с подробным описанием, применённых композиционных приёмов.

5. Выполнить абстрактную композицию, используя элементы - пятно и линия- на тему: «Шрифт». Написать пояснение к выполненной работе, с подробным описанием, применённых композиционных приёмов.

### ***Типовые задания для проведения промежуточной аттестации - экзамена квалификационного***

#### ***Задания 1-го типа***

1. Классификация рекламы и основных средств распространения рекламы
2. Реклама товаров промышленного назначения: разработка формы и содержания (на примере местного рекламного рынка).
3. Реклама в СМИ: значение, виды, творческий подход, требования эффективности. Опыт работы местных СМИ на рекламном рынке.
4. Перспективные направления рекламной деятельности: мировой опыт и отечественная практика.
5. Различия индивидуального и массового восприятия. Имидж и стереотипы в рекламе.
6. Особенности регулирования наружной рекламы в городе (на примере местного рынка).
7. Этапы разработки дизайна в рекламе (на примере любого рекламного продукта).
8. Креативная стратегия рекламной кампании (на примере местного рекламного рынка).
9. Выбор способа печати, шрифтов, бумаги для рекламного материала.
10. Анализ рекламных слоганов в российской и зарубежной рекламе.
11. Технология разработки рекламного продукта по выбору студента (на примере местного рекламного рынка).
12. Директ-маркетинг и директ-мейл: зарубежный опыт и отечественная практика.

13. Модульные сетки и их применение в полиграфическом дизайне.
14. Брэндбук. Область применения и структура.
15. Основные способы тиражирования печатной рекламы.
16. Оригинал-макет. Определение, основные требования.
17. Сувенирная продукция как элемент фирменного стиля. Виды сувенирной продукции.
18. Основы производства сувенирной продукции.
19. Требования к оригинал-макету рекламного продукта.
20. Наружная реклама. Виды и формы.
21. Правовая охрана товарного знака.
22. Психологические аспекты воздействия цвета в рекламе.
23. Фирменный стиль и бренд. Роль фирменного стиля в формировании бренда.
24. Рекламный плакат. Его основные составляющие и требования к разработке.
25. Принципы плакатного дизайна.

### ***Задания 2-го типа***

1. Объясните основные понятия семиотики, применимые к рекламному тексту «нарратор», «знак», «ядро». Приведите примеры
2. Назовите основные приемы создания рекламного текста. Приведите примеры
3. Раскройте понятие «основной текст» рекламы. Приведите примеры
4. Раскройте понятие «слоган» и назначение слогана, подтвердите примерами
5. Назовите особенности слогана в интернете. Приведите примеры
6. Охарактеризуйте миф как способ организации восприятия реальности. Приведите примеры
7. Назовите преимущества и недостатки рекламных текстов в различных типах рекламы. Приведите примеры
8. Назовите основные правила создания хорошей рекламы и рекламных текстов (кодекс копирайтера). Приведите примеры
9. Охарактеризуйте и дайте определение что такое изобразительные приёмы ассоциативного выражения темы: гипербола, метафора, иносказание, подтекст. Приведите примеры
10. Охарактеризуйте приемы и методы создания зрительного образа фирмы. Приведите примеры
11. Охарактеризуйте приемы и методы создания номенклатуры комплекса носителей фирменного стиля. Приведите примеры
12. Охарактеризуйте приемы и методы создания логотипа. Приведите примеры
13. Расскажите о контрастах. Приведите примеры.
14. Раскройте понятие «ритм». Приведите примеры на основе рекламной полиграфии.
15. Раскройте понятие «динамика». Приведите примеры на основе рекламной полиграфии.

16. Раскройте понятие «статика». Приведите примеры на основе рекламной полиграфии.

17. Расскажите о законах композиции. Приведите примеры

18. Расскажите о композиционном законе «единства и целостности». Приведите примеры на основе рекламной полиграфии.

19. Расскажите о композиционном законе «соподчинения». Приведите примеры на основе рекламной полиграфии.

20. Расскажите о композиционном законе «соразмерения». Приведите примеры на основе рекламной полиграфии.

21. Расскажите о композиционном законе «видоизменения». Приведите примеры на основе рекламной полиграфии.

22. Расскажите о композиционном законе «равновесия». Приведите примеры на основе рекламной полиграфии

23. Раскройте понятие «модуль». Приведите примеры построения композиционных конструкций по модульной сетке.

24. Расскажите об элементах фирменного стиля. Приведите примеры

25. Расскажите об оптических иллюзиях. Приведите примеры.

### ***Задания 3-го типа***

1. Выполнить композицию с использованием ахроматических цветов с ярко выраженным композиционным центром на тему: (варианты на выбор) небо, космос, облака. Написать пояснение к выполненной работе, с подробным описанием, применённых композиционных приёмов.

2. Выполнить статичную абстрактную композицию с выделением доминанты по теме: «Архитектурные формы, город». Написать пояснение к выполненной работе, с подробным описанием, применённых композиционных приёмов.

3. Выполнить абстрактную композицию, применяя композиционные приёмы: ритм и музыка, ритм и цвет, для раскрытия темы: «Музыкальные инструменты». Написать пояснение к выполненной работе, с подробным описанием, применённых композиционных приёмов.

4. Создать копию визитки по предложенному варианту. Необходимо подобрать соответствующие цвета, шрифты, повторить композиционное решение. Определить вид визитки, написать определение. Компьютерная программа для выполнения работы: Adobe Illustrator

5. Разработать вариант дизайна обложки журнала, используя хроматические цвета: оранжевый, голубой. Тема: «Мода». Создать макет, написать рекламный текст, предложить варианты слоганов, названия статей и всю необходимую информацию.

6. Разработать вариант дизайна обложки журнала, используя хроматические цвета: красный, синий, жёлтый. Тема: «Птицы». Создать макет, написать рекламный текст, предложить варианты слоганов, названия статей и всю необходимую информацию



## **Типовые задания для проведения промежуточной аттестации по УП.01.01 учебной практике – дифференцированный зачет**

1. Рекламный дизайн. Изобразительные средства отображения в дизайне. Композиция. Золотое сечение.
2. Колористика. Орнамент. Абстрактные композиции на модульной основе.
3. Визуальные иллюзии в графическом дизайне. Шрифт. Графема, гарнитура. Элементы шрифта.
4. Перспектива как художественный прием. Эскизирование. Стилизация.
5. Принципы получения стилизованного изображения. Применение. Стилизация в знаке.
6. Корпоративный стиль. Логотип. Торговая марка. Плакат. Рекламный плакат
7. Фирменный стиль. Значение фирменного стиля как вида рекламы.
8. Понятие бренда. Основные носители фирменного стиля. Маркетинговые материалы.
9. Сувенирная продукция. POS-материалы. Роль коммуникаций на местах продаж в общей системе продвижения товара.
10. Презентации и сопроводительные документы
11. Упаковка как вид рекламной продукции. Особенности промоупаковки. Дополнительная коммуникация на упаковке. Эксклюзивная упаковка с ложементом
12. Оформление торгового пространства и торговых зон, витрин. Рекламные вывески.
13. Торговые дисплеи. Ростовые фигуры, тотемы. Промостойки. Оформление витрин
14. Визуальная культура и визуальное мышление. Теория восприятия картинной плоскости.
15. Визуальные иллюзии. Композиции на статику и динамику. Этапы творческого процесса создания рекламного продукта.

## **Типовые задания для проведения промежуточной аттестации по ПП.01.01 производственной практике – дифференцированный зачет**

1. Упаковка как вид рекламной продукции.
2. Особенности промоупаковки.
3. Дополнительная коммуникация на упаковке.
4. Эксклюзивная упаковка с ложементом
5. Особенности наружной рекламы.
6. Проектирование рекламных конструкций.
7. Уличная реклама. Транзитная реклама.
8. Световые конструкции
9. Оформление торгового пространства и торговых зон, витрин.
10. Рекламные вывески.
11. Торговые дисплеи.

12. Ростовые фигуры, тотемы.
13. Промостойки. Оформление витрин
14. Фирменный стиль.
15. Значение фирменного стиля как вида рекламы. Понятие бренда.

## Тестовые задания

### 1. Архетипы в рекламе - это:

- а. Крылатые фразы и выражения
- б. Образы бессознательного, которые имеют общечеловеческое значение**
- в. Образы, чаще всего используемы в рекламном обращении
- г. Шаблонные представления и коллективные убеждения аудитории

### 2. Что такое «коммуникационный креатив»?

а. Это то, как именно мы сформулируем наше обращение к потребителю. Это создание конечного рекламного продукта, который будет непосредственно коммуницировать с потребителем (рекл.ролик, макет, джингл и тд.)

б. Это средства и технологии, наиболее эффективные для общения с потребителем

в. Это выбор средств коммуникации с потребителем

г. **Это глобальный концепт бренда и его развития. Это убеждение, которое должно остаться в голове потребителя после контакта с нашей рекламной коммуникацией.**

### 3. Что такое «стратегический креатив»?

а. **Это то, как именно мы сформулируем наше обращение к потребителю. Это создание конечного рекламного продукта, который будет непосредственно коммуницировать с потребителем (рекл.ролик, макет, джингл и тд.)**

б. Это средства и технологии, наиболее эффективные для общения с потребителем

в. Это выбор средств коммуникации с потребителем

г. **Это глобальный концепт бренда и его развития. Это убеждение, которое должно остаться в голове потребителя после контакта с нашей рекламной коммуникацией.**

### 4. Что такое рекламный бриф?

а. Сообщение для прессы, содержащее в себе новость об организации

**б. Документ, содержащий в себе описание внутреннего кодекса и миссии рекламного агентства**

в. Техническое задание, которое необходимо составить перед началом планирования рекламной компании или любого другого рекламного проекта

г. Готовая презентация рекламной концепции

### 5. Что такое процесс инкубации?

а. Доведение креативной идеи до ее окончательной формы

**б. Важнейшая стадия креативного процесса, на которой происходит творческая работа на бессознательном уровне.**

в. Сбор основной информации по рекламному проекту

г. Это процесс заполнения рекламного брифа перед началом креативного процесса

## **VI. ПРИЛОЖЕНИЯ**

### **ФОРМЫ ОТЧЕТНОСТИ И ШАБЛОНЫ ДОКУМЕНТОВ ПО УЧЕБНОЙ И ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКАМ**



## ПРИЛОЖЕНИЕ 1

(обучающийся проходит практику  
на базе Университета «Синергия»)

### УТВЕРЖДАЮ

Директор по УМР Омского  
филиала Университета «Синергия»

\_\_\_\_\_ **Скобелина Т.А.**

Ф.И.О.

МП

### Индивидуальное задание

по практике

по профессиональному модулю \_\_\_\_\_

обучающегося группы \_\_\_\_\_

шифр и номер группы

\_\_\_\_\_  
(Ф.И.О.)

№ п/п	Виды работ	Период выполнения работ
	<p><b>Ознакомительная лекция, включая инструктаж по соблюдению правил противопожарной безопасности, правил охраны труда, техники безопасности, санитарно-эпидемиологических правил и гигиенических нормативов.</b></p> <p>Ознакомиться с кругом обязанностей по определенным видам работ, связанным с будущей профессиональной деятельностью, а также уточнить правила в отношении субординации, внешнего вида, внутреннего трудового распорядка и режима конфиденциальности.</p> <p>Пройти инструктаж по соблюдению правил противопожарной безопасности, правил охраны труда, техники безопасности, санитарно-эпидемиологических правил и гигиенических нормативов (в случае медицинских противопоказаний к выполнению определенных видов деятельности – принести подтверждающую справку из медицинского учреждения).</p>	
	<p><b>Изучение организационной структуры подразделения прохождения практики.</b></p> <p>Знакомство с профилем деятельности организации в целом и со структурой подразделения прохождения практики.</p> <p>Изучение нормативных документов, регламентирующих деятельность организации.</p> <p>....</p> <p>....</p> <p>....</p>	

№ п/п	Виды работ	Период выполнения работ
	<b>Сбор информации об объекте практики и анализ источников.</b> ..... ..... .....	
	<b>Экспериментально-практическая работа. Приобретение необходимых умений и первоначального опыта практической работы по специальности в рамках освоения вида деятельности _____.</b> ..... ..... .....	
	<b>Обработка и систематизация полученного фактического материала.</b> С целью подготовки к сдаче экзамена (квалификационного) по профессиональному модулю _____ осуществить комплексный анализ результатов выполненных видов работ, оформить презентационные материалы.	
	<b>Оформление отчетных документов о прохождении практики и экспертная оценка результатов ее прохождения.</b> <i>Оформить отчет о прохождении практики в формате презентации PowerPoint, содержащий базовую и информационно-вспомогательную информацию, согласно структуре, указанной в Приложении 1 к настоящему индивидуальному заданию.</i> Разместить полностью оформленный комплект отчетной документации по практике в электронной информационно-образовательной среде Университета «Синергия» на платформе lms.synergy.ru руководителю практики от Образовательной организации для экспертной оценки результатов ее прохождения.	

Обучающийся индивидуальное задание получил(а): \_\_\_\_\_  
подпись расшифровка

## Шаблон приложения к индивидуальному заданию

### Приложение 1 к индивидуальному заданию

#### Шаблон оформления титульного листа отчета



**СИНЕРГИЯ**

НЕГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«МОСКОВСКИЙ ФИНАНСОВО-ПРОМЫШЛЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ «СИНЕРГИЯ»  
Колледж «Синергия»  
Кафедра/ Департамент \_\_\_\_\_

**Отчет**  
**о прохождении \_\_\_\_\_ практики**  
**по профессиональному модулю**

в период с «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. по «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Специальность \_\_\_\_\_

ФИО обучающегося: \_\_\_\_\_  
Группа: \_\_\_\_\_  
ФИО руководителя: \_\_\_\_\_

#### Шаблон оформления структуры отчета

Содержание

---



## Шаблон аттестационного листа



### Аттестационный лист

\_\_\_\_\_  
(Ф.И.О. обучающегося)  
обучающий(ая)ся \_\_\_\_\_ курса группы \_\_\_\_\_ по специальности \_\_\_\_\_, успешно прошел(ла)

\_\_\_\_\_  
(наименование вида практики)  
по профессиональному модулю \_\_\_\_\_ в  
объеме \_\_\_\_\_ часов с « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 202\_ года по « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 202\_ года:

#### **Заключение-анализ результатов освоения программы практики:**

**Индивидуальное задание по \_\_\_\_\_ практике по профессиональному модулю \_\_\_\_\_ обучающимся (нужное отметить ✓):**

- выполнено;
- выполнено не в полном объеме;
- не выполнено;

**Работа с источниками информации (нужное отметить ✓):**

**Обучающийся:**

- осуществил подборку необходимых документов и статистических данных, которые могут быть использованы при подготовке к сдаче экзамена (квалификационного);
- осуществил подборку необходимых документов и статистических данных, которые частично могут быть использованы при подготовке к сдаче экзамена (квалификационного);
- не осуществил подборку необходимых документов и статистических данных, или данные материалы не могут быть использованы при подготовке к сдаче экзамена (квалификационного);

**Владение материалом по \_\_\_\_\_ практике (нужное отметить ✓):**

**Обучающийся:**

- умело анализирует полученный во время практики материал;
- анализирует полученный во время практики материал;
- недостаточно четко и правильно анализирует полученный во время практики материал;
- неправильно анализирует полученный во время практики материал;



**Задачи, поставленные на период \_\_\_\_\_ практики, обучающимся (нужное отметить ✓):**

- решены в полном объеме;
- решены в полном объеме, но не полностью раскрыты;
- решены частично, нет четкого обоснования и детализации;
- не решены;

**Спектр выполняемых обучающимся функций в период прохождения \_\_\_\_\_ практики области профессиональной деятельности по профессиональному модулю \_\_\_\_\_ (нужное отметить ✓):**

- соответствует;
- в основном соответствует;
- частично соответствует;
- не соответствует;

**Оформление обучающимся отчета по \_\_\_\_\_ практике (нужное отметить ✓):**

- отчет о прохождении практики оформлен правильно;
- отчет о прохождении практики оформлен с незначительными недостатками;
- отчет о прохождении практики оформлен с недостатками;
- отчет о прохождении практики оформлен неверно.

**Аттестуемый продемонстрировал владение следующими общими и профессиональными компетенциями:**

Код	Содержание компетенции	Уровень освоения обучающимся (нужное отметить ✓)*
<b>Общие компетенции</b>		
ОК ...	...	высокий средний низкий
ОК ...	...	высокий средний низкий
ОК ...	...	высокий средний низкий
ОК ...	...	высокий средний низкий
<b>Профессиональные компетенции</b>		
ПК ...	...	высокий средний низкий

ПК ...	...	высокий средний низкий
ПК ...	...	высокий средний низкий
ПК ...	...	высокий средний низкий

Примечание:

Высокий уровень – обучающийся уверенно демонстрирует готовность и способность к самостоятельной профессиональной деятельности не только в стандартных, но и во внештатных ситуациях.

Средний уровень – обучающийся выполняет все виды профессиональной деятельности в стандартных ситуациях уверенно, добросовестно, эффективно.

Низкий уровень – при выполнении профессиональной деятельности обучающийся нуждается во внешнем сопровождении и контроле.

#### **Показатели и критерии оценивания результатов прохождения практики:**

№ п/п	Наименование показателя	Максимальное количество баллов	Оценка качества выполнения каждого вида работ (в баллах)
<b>Качество подобранного материала для проведения анализа</b>			
1.1.	Наличие источников информации в соответствии с индивидуальным заданием	5	
1.2.	Наличие актуальных первичных данных, материалов	5	
<b>Качественная оценка проведенного анализа источников и собранных материалов</b>			
2.1.	Выполнение требований к содержательной части отчета, соответствие видов работы индивидуальному заданию	20	
2.2.	Оценка степени самостоятельности проведенного анализа	20	
2.3.	Оценка качества проведенного анализа собранных материалов, данных	20	
<b>Выполнение общих требований к проведению практики</b>			
3.1.	Выполнение требований к экспериментально-практической работе в рамках освоения вида деятельности ВД _____	20	
3.2.	Выполнение требований к оформлению отчета по практике в формате презентации PowerPoint, содержащего базовую и информационно-вспомогательную информацию по итогам ее	10	

	прохождения		
	<b>Итого:</b>	100	

Замечания руководителя практики от Образовательной организации:

---

---

---

---

**Руководитель практики  
от Образовательной организации**

---

(Ф.И.О.)                      (подпись)

**Омский филиал  
негосударственного образовательного частного учреждения  
высшего образования  
«Московский финансово-промышленный университет  
«Синергия»**

---

**УТВЕРЖДЕНО**  
на заседании Ученого совета Университета  
«Синергия»  
протокол № 5 от 25.05.2023 г.



**Программа профессионального модуля  
ПМ.02 «Производство рекламной продукции»  
(МДК.02.01. Выполнение рекламных проектов в материале;  
МДК.02.02. Проектная компьютерная графика и мультимедиа;  
МДК.02.03. Техника и технологии рекламной фотографии;  
МДК.02.04. Техника и технологии рекламного видео; ПП.02.01  
Производственная практика (по профилю специальности);  
ПМ.02.ЭК Экзамен квалификационный)**

**Специальность: 42.02.01 Реклама**

**Квалификация выпускника: Специалист по рекламе**

**Форма обучения: очная**

## Содержание

I. Паспорт рабочей программы профессионального модуля «Обеспечение реализации прав граждан в сфере пенсионного обеспечения и социальной защиты» .....	3
II. Результаты освоения профессионального модуля .....	4
III. Структура и содержание профессионального модуля ПМ.02 «Производство рекламной продукции» .....	6
IV. Условия реализации программы .....	25
V. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля .....	37
VI. ПРИЛОЖЕНИЯ .....	70

# **І. Паспорт рабочей программы профессионального модуля «Обеспечение реализации прав граждан в сфере пенсионного обеспечения и социальной защиты»**

## **Область применения программы**

Рабочая программа профессионального модуля – является частью программы подготовки специалистов среднего звена (ППССЗ) в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 510 от 12.05.2014г и является частью основной профессиональной образовательной программы по специальности в части освоения вида профессиональной деятельности: «Производство рекламной деятельности», и соответствующих профессиональных компетенций» (ПК):

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.

## **Место профессионального модуля в учебном процессе**

Профессиональный модуль ПМ.02 «Производство рекламной продукции» относится к разделу профессиональных модулей профессионального учебного цикла учебного плана подготовки специалистов СПО по специальности 42.02.01 Реклама, включает в себя: изучение МДК.02.01 «Выполнение рекламных проектов в материале», МДК.02.02 «Проектная компьютерная графика и мультимедиа», МДК.02.03 «Техника и технологии рекламной фотографии» и МДК.02.04 «Техника и технологии рекламного видео» и прохождение практики производственной (по профилю специальности).

## **Цели освоения профессионального модуля – требования к результатам освоения**

*Целью изучения* профессионального модуля является формирование у студентов специальных знаний, принципов и навыков в области производства рекламной продукции с применением технологий рекламной фотографии и рекламного видео, формирование компетенций в области проектной графики, а также познакомить с инструментарием 3D-графики, сформировать умение создавать и редактировать 3D-проекты на компьютеры, применять модификаторы, визуализировать статичные объекты и создавать анимации при помощи камеры.

### **Задачи** профессионального модуля:

- изучение существующих технологических процессов рекламного производства;

- развитие творческого мышления и прогрессивного мировоззрения в области современной рекламы;
- освоение методов и принципов производства основных видов рекламной продукции;
- развитие профессиональных навыков моделирования и макетирования с использованием возможностей новейших электронных технологий;
- расширение знаний обучающихся о фото- и видеоаппаратуре, вспомогательном оборудовании и аксессуарах;
- изучение основных принципов фото- и видеосъемки для производства рекламного продукта;
- изучение принципов создания сценария для фото- и видеопродукции;
- формирование умений обработки 3D-объектов и их визуализация;
- формирование умений работы с анимацией на компьютере.

### **Цели и задачи производственной практики**

**Цель производственной практики** - формирование у обучающегося общих и профессиональных компетенций, приобретение практического опыта в рамках профессионального модуля ОПОП СПО в области производства рекламной продукции, предусмотренных ФГОС СПО по специальности.

#### ***Задачи производственной практики:***

1. Применение специальных теоретических знаний, полученных в рамках профессионального модуля, при выполнении конкретных функциональных обязанностей по отдельным должностям;
2. Освоение видов технологий в рекламе, используемых в практической деятельности конкретного учреждения по производству рекламной продукции
3. Развитие коммуникативных умений, усвоение этических правил, норм и принципов в профессиональной деятельности;
4. Приобретение опыта работы в рекламной сфере, производстве рекламной продукции

## **II. Результаты освоения профессионального модуля**

**В результате освоения профессионального модуля, обучающийся должен:**

#### ***иметь практический опыт:***

- выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта;
- построения модели (макета, сценария) объекта с учетом выбранной технологии;
- подготовки к производству рекламного продукта;

- производства рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков;

**уметь:**

- уметь осуществлять фотосъемку для производства рекламного продукта;
- осуществлять видеосъемку для производства рекламного продукта;
- использовать компьютерные технологии при создании печатного рекламного продукта;
- разрабатывать сценарии для съемок и монтажа рекламы;
- использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки графики, аудио, -видео, анимации;
- использовать мультимедийные и web-технологии для разработки и внедрения рекламного продукта;

**знать:**

- технику, технологии и технические средства фотосъемки в рекламе;
- технику, технологии и технические средства видеосъемки в рекламе;
- технические и программные средства для создания печатного рекламного продукта;
- технические и программные средства для компьютерной обработки графики, аудио, -видео, -анимации;
- технологию создания Интернет-рекламы;
- аппаратное и программное обеспечение.

### **Компетенции, формируемые в результате освоения профессионального модуля**

Процесс изучения дисциплин и прохождения практик профессионального модуля ПМ.02 «Производство рекламной продукции», а также прохождение практик, направлен на формирование компетенций, предусмотренных Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама.

В результате освоения профессионального модуля (включая МДК.02.01 «Выполнение рекламных проектов в материале», МДК.02.02 «Проектная компьютерная графика и мультимедиа», МДК.02.03 «Техника и технологии рекламной фотографии» и МДК.02.04 «Техника и технологии рекламного видео» и производственную практику (по профилю специальности)) студент должен обладать следующими общими (ОК) и профессиональными (ПК) компетенциями, включающими в себя способность:

<b>Код</b>	<b>Наименование результата обучения</b>
ОК 1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес
ОК 2	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и



<b>Код</b>	<b>Наименование результата обучения</b>
	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

### **III. Структура и содержание профессионального модуля ПМ.02 «Производство рекламной продукции» Объем профессионального модуля**

<b>Наименование</b>	<b>Квалификация</b>
	<b>Реклама в медиа-индустрии</b>
	<b>часов</b>
<b>Максимальная нагрузка обучающихся по ПМ.02, в том числе</b>	<b>865</b>
МДК.02.01, с преподавателем	101
МДК.02.02, с преподавателем	132
МДК.02.03, с преподавателем	122
МДК.02.04, с преподавателем	122
<b>Учебная практика</b>	<b>-</b>
<b>Производственная практика</b>	<b>144</b>
<b>Самостоятельная работа</b>	<b>244</b>
<b>Экзамен квалификационный</b>	<b>-</b>

### Тематический план профессионального модуля

Код профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практики)	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов
			Всего, часов	в т.ч. практические занятия, часов	в т.ч. курсовая работа, часов	Всего, часов	в т.ч. курсовая работа, часов		
	<b>ПМ.02. Производство рекламной продукции</b>								
ОК 1 – ОК 11, ПК 2.1. – ПК 2.3	<b>МДК.02.01. Выполнение рекламных проектов в материале</b>	<b>151</b>	101	88	-	50			
ОК 1 – ОК 11, ПК 2.1. – ПК 2.3	<b>МДК.02.02. Проектная компьютерная графика и мультимедиа</b>	<b>198</b>	132	113	-	66			
ОК 1 – ОК 11, ПК 2.1. – ПК 2.3	<b>МДК.02.03. Техника и технологии рекламной фотографии</b>	<b>189</b>	122	104	-	67			
ОК 1 – ОК 11, ПК 2.1. – ПК 2.3	<b>МДК.02.04. Техника и технологии рекламного видео</b>	<b>183</b>	122	108	-	61			
ОК 1 – ОК 11, ПК 2.1. – ПК 2.3	<b>Производственная практика (по профилю специальности), часов</b>	<b>144</b>							144
	<b>Всего:</b>	<b>865</b>	<b>477</b>	<b>413</b>		<b>244</b>			<b>144</b>

## Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ)

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения	Балл
<b>МДК.02.01. Выполнение рекламных проектов в материале</b>		<b>151</b>		
<b>5 семестр</b>				
<b>Модуль 1. Основы проектирование рекламы и упаковка</b>				
<b>Тема 1.1. Основы проектирования рекламы</b> Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3	<i>Содержание учебного материала</i>	<b>3</b>		
	1. Материалы для создания рекламных конструкций. Виды бумаги. Деление окружности. Развертки правильных геометрических тел. Бумажная пластика.	1	1	
	2. Гофроформы. Приемы, применение. Фактуризация бумаги. Имитация различных поверхностей. Стилизация.	1	1	
	3. Перспектива Объемно-пространственные композиции. Трансформация плоскости в объем.	1	1	
	<i>Самостоятельная работа:<sup>1</sup></i>	<b>10</b>		<b>10</b>
	1. Конспектирование лекционного материала 2. Подготовить доклад по пройденной теме	10		10
<b>Тема 1.2. Выполнение рекламного проекта печатной продукции</b> Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3	<i>Содержание учебного материала</i>	<b>5</b>		
	1. Этапы проектирования рекламного проекта печатной продукции. Конструкция листовых и книжных изданий.	2	1	
	2. Отделка листовой печатной продукции. Механические способы отделки.	2	1	
	3. Изготовление простых и	1	1	

<sup>1</sup> Самостоятельная работа – это вид учебной деятельности, которую студент совершает в установленное время и в установленном объеме индивидуально или в группе, без непосредственной помощи преподавателя (преподаватель разъясняет цели, задачи её проведения, контролирует их понимание студентами, знакомит студентов с алгоритмами, требованиями, предъявляемыми к выполнению определённых видов заданий, проводит индивидуальную работу, направленную на формирование у студентов навыков по самоорганизации познавательной деятельности), руководствуясь сформированными ранее представлениями о порядке и правильности выполнения действий. Во время самостоятельной подготовки обучающиеся обеспечены доступом к сети Интернет (библиотека, читальный зал). Внеаудиторная работа сопровождается методическим обеспечением, которое подробно описано в, отдельно от РПУД сформированном, фонде оценочных средств по профессиональному модулю.

	сложных тетрадей. Постпечатная обработка (вырубка, тиснение и тд.)			
	<b>Самостоятельная работа:</b>	<b>11</b>		<b>10</b>
	1. Конспектирование лекционного материала 2. Подготовить доклад по пройденной теме.	11		10
<b>Тема 1.3. Упаковка.</b> Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>5</b>		
	1. Упаковка. Функции упаковки. Виды. Знаки на упаковке.	2	1	
	2. Материалы для создания упаковки. Этапы разработки упаковки.	2	1	
	3. Развертка упаковки. Технологии и производство упаковочной продукции	1	1	
	<b>Практические занятия:</b>	<b>52</b>		<b>10</b>
	<b>Профессиональный тренинг:</b> Разработка упаковки	52		10
	<b>Самостоятельная работа:</b>	<b>11</b>		<b>10</b>
	1. Конспектирование лекционного материала 2. Подготовить доклад по пройденной теме.	11		10
<b>Всего (5 семестр)</b>		<b>97/32</b>		<b>40</b>
<b>6 семестр</b>				
<b>Модуль 2. Выставочное пространство</b>				
<b>Тема 2.1. Выставочное пространство.</b> Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3	<b>Содержание учебного материала (не предусмотрено учебным планом)</b>			
	1. Основы композиции выставочного пространства. Этапы выбора оптимального проектного решения.		1	
	2. Этапы творческого проекта. Соответствие изделия технологическим возможностям. Оборудование и материалы. Технология изготовления. Рекламный проект		1	
	<b>Практические занятия:</b>	<b>18</b>		<b>15</b>
	1. Выполнить фронтальную геометрическую композиция с глубинным пространством. Выполнить организацию пространства над горизонтальной плоскостью - прямоугольной,	18		15

	квадратной или круглой			
	<b>Самостоятельная работа:</b>	<b>8</b>		<b>15</b>
	1. Конспект лекционного материала 2. Подготовить доклад по пройденной теме	8		15
<b>Модуль 3. Объемно-пространственные рекламные конструкции</b>				
<b>Тема 3.1. Объемно-пространственные рекламные конструкции</b> Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3	<b>Содержание учебного материала (не предусмотрено учебным планом)</b>			
	1. Рекламная композиция в пространстве города. Воздействие наружной рекламы. Материалы и технологии изготовления наружной рекламы.		1	
	2. Световая реклама и светотехника. Анализ аналогов и прототипов наружной рекламы. Экономические показатели наружной рекламы		1	
	<b>Практические занятия:</b>	<b>18</b>		<b>15</b>
	Разработка нестандартной рекламной установки	18		15
	<b>Самостоятельная работа:</b>	<b>10</b>		<b>15</b>
	1. Конспект лекционного материала 2. Подготовить доклад по пройденной теме.	10		15
<b>Самостоятельная работа:<sup>2</sup> при изучении МДК.02.01, всего</b>				
1. Работа с конспектами и со специальной литературой по рекламе. 2. Ознакомление и анализ с видами рекламной деятельности в интернете. 3. Изучение основной и дополнительной литературы; поиск информации в интернете и периодических изданиях. 1.4. Подготовка к практическим занятиям с использованием методических рекомендаций преподавателя				
<b>Всего (6 семестр)</b>		<b>54/18</b>		<b>60</b>
<b>Всего (МДК.02.01)</b>		<b>151/50</b>		<b>100</b>
<b>Промежуточная аттестация</b>				<b>Дифф. зачет</b>

<sup>2</sup> Самостоятельная работа – это вид учебной деятельности, которую студент совершает в установленное время и в установленном объеме индивидуально или в группе, без непосредственной помощи преподавателя (преподаватель разъясняет цели, задачи её проведения, контролирует их понимание студентами, знакомит студентов с алгоритмами, требованиями, предъявляемыми к выполнению определённых видов заданий, проводит индивидуальную работу, направленную на формирование у студентов навыков по самоорганизации познавательной деятельности), руководствуясь сформированными ранее представлениями о порядке и правильности выполнения действий. Во время самостоятельной подготовки обучающиеся обеспечены доступом к сети Интернет (библиотека, читальный зал). Внеаудиторная работа сопровождается методическим обеспечением, которое подробно описано в, отдельно от РПУД сформированном, фонде оценочных средств по профессиональному модулю.

<b>МДК.02.02. Проектная компьютерная графика и мультимедиа</b>		<b>198</b>		
<b>3 семестр</b>				
<b>Тема 1.</b> <b>Основы компьютерной графики.</b> Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3	<i><b>Содержание учебного материала</b></i>	<b>8</b>		
	1. Предмет и задачи курса. История компьютерной графики. Направления и области приложения компьютерной графики.	4	1	
	2. Знакомство с различными сферами применения методов и средств компьютерной графики в современном обществе. Основные виды компьютерной графики.	4	1	
	<b>Лабораторная работа:</b>	<b>20</b>		<b>10</b>
	Использование компьютерных технологий при создании рекламных текстов. Основы работы в текстовом редакторе.	20		10
	<b>Самостоятельная работа:</b>	<b>14</b>		<b>5</b>
	1. Конспект лекционного материала 2. Эссе: Подготовка доклада на тему "Основные виды компьютерной графики"	14		5
<b>Тема 2.</b> <b>Представление графических данных.</b> Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3	<i><b>Содержание учебного материала</b></i>	<b>6</b>		
	1. Форматы файлов для хранения изображений. Файлы растровых изображений. Файлы векторных изображений. Использование универсальных форматов для хранения изображений.	3	1	
	2. Необходимая конфигурация компьютера. Популярные графические программы.	3	1	
	<b>Лабораторная работа:</b>	<b>20</b>		<b>10</b>
	Использование компьютерных технологий при создании рекламных изображений. Основы работы в CorelDRAW Построение сложных объектов в CorelDRAW. Интерактивное перетекание. Имитация объема в CorelDRAW. Имитация объема в CorelDRAW.	20		10
	<b>Самостоятельная работа:</b>	<b>12</b>		<b>5</b>
	1. Конспект лекционного материала	12		5

	2. Подготовка доклада на тему "Популярные графические программы"			
<b>Тема 3.</b> <b>Растровая и векторная графика. Свет и цвет в компьютерной графике.</b> Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3	<i><b>Содержание учебного материала</b></i>	<b>5</b>		
	1. Понятие разрешения. Линиатура. Методы растривания. Оценка качества растровых изображений. Интенсивность тона. Динамический диапазон.	2	1	
	2. Линия как элементарный объект векторной графики. Свойства линий и узлов. Способы представления векторных объектов. Кривые Безье.	3	1	
	<i><b>Лабораторная работа:</b></i>	<b>17</b>		<b>10</b>
	Использование компьютерных технологий при создании рекламных изображений. Обработка растровых изображений в CorelDRAW . Интерактивный объем, интерактивное искажение. Практические приемы работы в Adobe Photoshop. Создание растровых изображений в Adobe PhotoShop. Использование компьютерных технологий при создании рекламных текстов. Текст в программе Adobe Photoshop. Использование компьютерных технологий при создании рекламных Изображений. Физические принципы формирования оттенков. Цветовая палитра. Системы управления цветом. Цветовое пространство. Колометрическая система. Цветовые модели CIE Lab, RGB, HSB, CMYK. Техника обработки изображений и ретуширования Обтекание графики текстом, размещение изображения	17		10
<i><b>Самостоятельная работа:</b></i>	<b>12</b>		<b>10</b>	

	<p>1. Конспект лекционного материала</p> <p>2. Подготовка доклада на тему "Способы представления векторных объектов".</p> <p>3. Разработка элементов полиграфической продукции на примере фирменных бланков</p>	12		5
				5
<b>Всего (3 семестр)</b>		<b>114/38</b>		<b>50</b>
<b>4 семестр</b>				
<p><b>Тема 4.</b> Технические и программные средства для создания печатного рекламного продукта. Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3</p>	<p><i>Содержание учебного материала (не предусмотрено учебным планом)</i></p>			
	<p>1. Печатающие устройства. Сканеры. Ризографы. Плотеры. Фотонаборные аппараты. Цифровые камеры.</p>		1	
	<p>2. Программные средства создания растровых изображений. Программные средства создания векторных изображений. Программы-трассировщики (векторизаторы). Пакеты программ КГ компаний Adobe и Corel.</p>		1	
	<p><b>Лабораторная работа:</b></p>	<b>12</b>		<b>5</b>
	<p>1. Использование профессиональных пакетов программного обеспечения для обработки графики. Компьютерная верстка газеты. Создание рекламного буклета специальности. Создание рекламного проспекта специальности.</p>	12		5
	<p><b>Самостоятельная работа:</b></p>	<b>7</b>		<b>5</b>
	<p>1. Конспект лекционного материала</p> <p>2. Подготовка реферата на тему "Технические и программные средства для создания печатного рекламного продукта"</p>	7		5
<p><b>Тема 5.</b> Технические и программные средства для компьютерной обработки графики, аудио, -видео, -анимации.</p>	<p><i>Содержание учебного материала (не предусмотрено учебным планом)</i></p>			
	<p>1. Цифровые фото и видеокамеры. Декодеры. Микшерские пульта. Звукозаписывающая аппаратура. Программные средства создания и</p>		1	



<p><b>Использование мультимедийных технологий для разработки и внедрения рекламного продукта.</b> Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3</p>	<p>обработки трехмерной графики на ПК.</p>			
	<p>2. Профессиональные программные средства для создания и обработки компьютерной анимации и видео. Форматы файлов компьютерной анимации. Форматы устройства регистрации</p>		1	
	<p><b>Лабораторная работа:</b></p>	<b>14</b>		<b>5</b>
	<p>Использование профессиональных пакетов программного обеспечения для обработки анимации. Анимация в программе Adobe Photoshop Сложный монтаж в программе Adobe Photoshop Использование мультимедийных технологий для разработки и внедрения рекламного продукта. История и основные возможности мультимедиа технологий. Современные способы организации презентаций. Презентационное оформление рекламного проекта средствами MS PowerPoint. Видеоконференция как мультимедийная технология</p>	14		5
	<p><b>Самостоятельная работа:</b></p>	<b>7</b>		<b>5</b>
	<p>1. Конспект лекционного материала 2. Подготовка реферата на тему "Технические и программные средства для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации"</p>	7		5
<p><b>Тема 6. Использование web-технологий для разработки и внедрения рекламного продукта.</b> Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3</p>	<p><b>Содержание учебного материала (не предусмотрено учебным планом)</b></p>			
	<p>1. Начальные сведения о Интернет. Типы графических элементов Web- страниц. Описание графических элементов в формате HTML.</p>		1	
	<p>2. Электронная почта. Сетевые новости. FTP - передача файлов. IP-телефония. Электронная коммерция.</p>		1	
	<p><b>Лабораторная работа:</b></p>	<b>16</b>		<b>10</b>
<p>Использование web-технологий для разработки и внедрения</p>	<b>16</b>		10	

	рекламного продукта. Сайт во Flash. Обработка звука. Введение в разработку Web-сайтов. Форматирование текста Web-страниц. Блочные элементы. Использование изображений на сайтах. Использование таблиц Web-страниц. Позиционирование. Создание меню. Формирование форм использование аудио и видео информации на сайтах			
	<b>Самостоятельная работа:</b>	<b>7</b>		<b>5</b>
	1. Конспект лекционного материала 2. Создание HTML документа, его форматирование. Редактирование HTML документа.	7		5
<b>Тема 7.</b> <b>Основы проектирования Web-страниц.</b> Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3	<b>Содержание учебного материала (не предусмотрено учебным планом)</b>			
	Общие подходы к созданию Web-документов. Понятия и особенности HTML. Структура HTML-документа. Понятие и общая характеристика тэгов. Графика в HTML. Связывание HTML-документов.		1	
	Общие сведения о проектировании web-узлов. Этапы разработки web- узла. Разработка Web-документов с помощью Microsoft Front Page. Назначение и функции Front Page (FP). Режимы просмотра FP, их особенности и переключение между ними. Создание и сохранения web сайтов и страниц		1	
	<b>Лабораторная работа:</b>	<b>14</b>		<b>10</b>
	Использование web-технологий для разработки и внедрения рекламного продукта. Разработка дизайн-макета рекламного баннера. Разработка Web-страницы. Использование web-технологий для разработки и внедрения рекламного продукта. Разработка web-сайта. Использование web-технологий для разработки и внедрения рекламного продукта. Иллюстрирование Web-страниц.	14		10

	<b>Самостоятельная работа:</b>	<b>7</b>		<b>5</b>
	1. Конспект лекционного материала 2. Подбор примеров рекламных сайтов и их анализ.	7		5
<b>Самостоятельная работа: при изучении МДК.02.02, всего</b>				
1. Работа с конспектами и со специальной литературой по рекламе. 2. Ознакомление и анализ с видами рекламной деятельности в интернете. 3. Изучение основной и дополнительной литературы; поиск информации в интернете и периодических изданиях. 4. Подготовка к практическим занятиям с использованием методических рекомендаций преподавателя				
<b>Всего (4 семестр)</b>		<b>84/28</b>		<b>50</b>
<b>Всего (МДК.02.02)</b>		<b>198/66</b>		<b>100</b>
<b>Промежуточная аттестация</b>				<b>Дифф. зачет</b>
<b>МДК.02.03. Техника и технологии рекламной фотографии</b>		189		
<b>4 семестр</b>				
<b>Тема 1. Понятие рекламной фотографии.</b> Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>2</b>		
	Роль и место дисциплины в системе среднего профессионального образования Определение рекламной фотографии. Категориальный аппарат теории фоторекламы. Объект и предмет дисциплины	2	1	
	<b>Практическое занятие:</b>	<b>8</b>		<b>5</b>
	Специфика рекламной фотографии.	8		5
	<b>Самостоятельная работа:</b>	6		<b>5</b>
	1. Конспект лекционного материала 2. Подготовить реферат по теме: Современная рекламная фотография: тенденции развития.	6		5
<b>Тема 2. История развития рекламной фотографии.</b> Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>2</b>		
	Возникновение рекламной фотографии. Западный опыт фоторекламы. Особенности отечественной школы фоторекламы	2	1	
	<b>Практическое занятие:</b>	<b>8</b>		<b>5</b>
	<b>Интерактивное занятие:</b> История развития рекламной фотографии	8		5
	<b>Самостоятельная работа:</b>	6		<b>5</b>

	1. Конспект лекционного материала 2. Подготовить реферат по теме: Особенности западной школы фоторекламы.	6		5
<b>Тема 3.</b> <b>Устройство цифрового фотоаппарата.</b> Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3	<i>Содержание учебного материала</i>	<b>2</b>		
	Цифровые фотокамеры: от возникновения до современности. Особенности устройства цифрового фотоаппарата и принципы работы. Отличие цифровых и пленочных фотокамер.	2	1	
	<i>Практическое занятие:</i>	<b>10</b>		<b>5</b>
	Отработка принципов работы с различными типами фотоаппаратов	10		5
	<i>Самостоятельная работа:</i>	6		<b>5</b>
	1. Конспект лекционного материала 2. Подготовить реферат по теме: Типы современных фотокамер. Правила работы с ними. Специфика областей применения.	6		5
<b>Модуль 4. Безупречная техника съемки – залог удачного рекламного снимка</b>				
<b>Тема 4.</b> <b>Безупречная техника съемки – залог удачного рекламного снимка.</b> Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3	<i>Содержание учебного материала</i>	<b>4</b>		
	Экспонометрия. Диафрагма. Выдержка. Светочувствительность. Определение экспозиции снимка. Выдержка, скорость срабатывания затвора. Диафрагма, относительное отверстие объектива. Светочувствительность и экспонометрия. Режимы фотосъемки.	4	1	
	<i>Практическое занятие:</i>	<b>10</b>		<b>5</b>
	Использование различных режимов фотосъемки рекламным фотографом	10		5
	<i>Самостоятельная работа:</i>	6		<b>5</b>
	1. Конспект лекционного материала 2. Подготовить реферат по теме: Принципы экспонометрии. Определение экспозиции снимка. Диафрагма. Выдержка	6		5

<b>Тема 5.</b> <b>Техническое оснащение как составляющая успеха рекламного фотографа.</b> Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3	<i>Содержание учебного материала</i>	2		
	Различные типы объективов и их применение. Фильтры и насадки. Вспышки. Студийное оборудование.	2	1	
	<b>Практическое занятие:</b>	10		5
	Студийная рекламная фотография	10		5
	<b>Самостоятельная работа:</b>	6		5
	1. Конспект лекционного материала 2. Подготовить реферат по теме: Студийное оборудование	6		5
<b>Тема 6.</b> <b>Разработка идеи рекламного снимка.</b> Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3	<i>Содержание учебного материала</i>	2		
	Изобразительные средства в рекламной фотографии. Классицизм и новаторство: грани разумного. Свет как основное выразительное средство. Цветовое решение рекламной фотографии.	2	1	
	<b>Практическое занятие:</b>	10		5
	Цвет в рекламной фотографии. Принципы цветового решения в рекламной фотографии	10		5
	<b>Самостоятельная работа:</b>	5		5
	1. Конспект лекционного материала 2. Подготовить реферат по теме: Изобразительные средства в рекламной фотографии. Использование света как выразительного средства.	5		5
<b>Всего (4 семестр)</b>		105/35		60
<b>5 семестр</b>				
<b>Тема 7.</b> <b>Жанры рекламной фотографии.</b> Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3	<i>Содержание учебного материала (не предусмотрено учебным планом)</i>			
	1. Понятие жанра. Рекламный портрет. Рекламный натюрморт. Фотопейзаж в рекламе 2. Спортивная съемка. Съемка животных. 3. Комбинированные съемки. Особенности работы с моделью		1	
	<b>Практическое занятие:</b>	9		4
	Спортивная фотосъемка. Особенности. Техника.	9		4

	Спортивная фотография в рекламе.			
	<b>Самостоятельная работа:</b>	7		<b>4</b>
	1. Конспект лекционного материала 2. Подготовить реферат по теме: Подготовить реферат по теме: Портретная рекламная фотография. «Низкий ключ». «Высокий ключ». Работа с моделью	7		4
<b>Тема 8. Графические редакторы.</b> Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3	<b>Содержание учебного материала (не предусмотрено учебным планом)</b>			
	1. Знакомство с современным программным обеспечением. Калибровка рабочих устройств 2. Photoshop как основной инструмент в руках рекламного фотографа. Профиль устройства. 3. Цветовые модели. Цветоделение и цветовосприятие		1	
	<b>Практическое занятие:</b>	9		
	Цветовые модели. Цветоделение и цветовосприятие.	9		
	<b>Самостоятельная работа:</b>	7		<b>4</b>
	1. Конспект лекционного материала 2. Подготовить реферат по теме: Калибровка рабочих устройств. Профиль устройства.	7		4
	<b>Содержание учебного материала (не предусмотрено учебным планом)</b>			
<b>Тема 9. Работа в программе Adobe Photoshop.</b> Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3	1. Настройка программы. Инструменты выделения. 2. Световая и тоновая коррекции. Работа с цветом. 3. Инструменты ретуши. Художественные фильтры		1	
	<b>Практическое занятие:</b>	10		<b>4</b>
	Техника рекламной фотографии: работа с цветом. Ретушь в рекламной фотографии. Инструменты ретуши.	10		4
	<b>Самостоятельная работа:</b>	6		<b>4</b>
	1. Конспект лекционного материала 2. Подготовить реферат по теме: Техника рекламной фотографии:	6		4

		работа с цветом. Ретушь в рекламной фотографии. Инструменты ретуши.			
<b>Тема 10.</b> <b>Подготовка рекламной фотографии публикации.</b> Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3	к	<b>Содержание учебного материала (не предусмотрено учебным планом)</b>			
		1. Разрешение и размер снимка. Публикация рекламного снимка в сети Интернет. 2. Журнальная фотореклама. Подготовка снимка для наружных носителей		1	
		<b>Практическое занятие:</b>	10		<b>4</b>
		Рекламная фотография в сети Интернет: специфика публикации, правила подготовки к публикации. Фотография в журнальной рекламе. «Глянец». Рекламная фотография в газетах. Учет особенности и возможностей полиграфии.	10		4
		<b>Самостоятельная работа:</b>	6		<b>4</b>
		1. Конспект лекционного материала 2. Подготовить реферат по теме: Технические особенности подготовки рекламной фотографии к публикации. Разрешение и размер снимка. Специфика подготовки фотографии в наружной рекламе..	6		4
<b>Тема 11.</b> <b>Комбинированные съемки.</b> Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3		<b>Содержание учебного материала (не предусмотрено учебным планом)</b>			
		1. Приемы комбинированной съемки. Съемка с зеркалом. Съемка с изменением наклона фотоаппарата 2. Прием двойного экспонирования кадра. Совмещение разномасштабных объектов.		1	
		<b>Практическое занятие:</b>	10		<b>4</b>
		Осуществление фотосъемки для производства рекламного продукта. «Фантастическая» фотография. Комбинированная съемка различными приемами	10		4
		<b>Самостоятельная работа:</b>	6		<b>4</b>
		1. Конспект лекционного материала	6		

	2. Разработка сценария для комбинированной съемки.			4
<b>Консультация</b>		<b>4</b>		
<b>Всего (5 семестр)</b>		<b>84/32</b>		<b>40</b>
<b>Всего (МДК.02.03)</b>		<b>189/67</b>		<b>100</b>
<b>Промежуточная аттестация</b>				<b>Экзамен</b>
<b>Самостоятельная работа: при изучении МДК.02.03, всего</b>				
1. Работа с конспектами и со специальной литературой по рекламе. 2. Ознакомление и анализ с видами рекламной деятельности в интернете. 3. Изучение основной и дополнительной литературы; поиск информации в интернете и периодических изданиях. 4. Подготовка к практическим занятиям с использованием методических рекомендаций преподавателя				
<b>МДК.02.04. Техника и технологии рекламного видео</b>		183		
<b>4 семестр</b>				
<b>Тема 1. Телевидение. Основные параметры. Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	2		
	1. Технические характеристики. Специфика и основные параметры (цвет, экран, восприятие и т.п.). 2. Особенности телевизионной рекламы (плюсы, минусы, эффективность)	2	1	
	<b>Практическое занятие:</b>	14		<b>5</b>
	Просмотр роликов. Выявление недостатков телерекламы.	14		5
	<b>Самостоятельная работа:</b>	10		<b>5</b>
	1. Конспект лекционного материала 2. Подготовить доклад по пройденной теме. «Выявление недостатков телерекламы».	10		5
<b>Тема 2. Типология телевизионной рекламы. Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	4		
	1. Классификация роликов по территориальному охвату, по режиссерской форме подачи материала, по времени и характеру передачи информации 2. Product Placement в современной телевизионной продукции.	4	1	
	<b>Практическое занятие:</b>	14		<b>10</b>
	Подготовка и просмотр роликов. Анализ по изученным типам Найти примеры каждого вида	14		10



	телерекламы (обсуждение)			
	<b>Самостоятельная работа:</b>	8		<b>5</b>
	1. Конспект лекционного материала 2. Подготовка реферата по пройденной теме	8		5
<b>Тема 3. Разработка концепции рекламного видео.</b> Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3	<b>Содержание учебного материала</b>	4		
	1. Бриф. Важность и значение брифа. Выбор концепции идеи. Сценарий. Его составляющие 2. Схема построения драматического произведения в применении к рекламному фильму.	4	1	
	<b>Практическое занятие:</b>	14		<b>10</b>
	Разработка литературного сценария для авторского телеролика	14		10
	<b>Самостоятельная работа:</b>	8		
	1. Конспект лекционного материала 2. Изучение литературных сценариев рекламного ролика, его составляющие	8		
	<b>Тема 4. Разработка рекламного ролика.</b> Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3	<b>Содержание учебного материала</b>	4	
1. Рекламная история. Жанровые особенности рекламного ролика. Социальная аудитория. Направленность, использование приемов демонстрационно - визуальной символизации. 2. Территория товара. Драматургия рекламного ролика, цели и задачи сюжета, «Манок», «провокационные ситуации» в рекламном ролике.	4	1		
<b>Практическое занятие:</b>	14		<b>10</b>	
Круглый стол на тему " Драматургия рекламного ролика". Изучение социальной аудитории при осуществлении видеосъемки для производства рекламного продукта.	14		10	
<b>Самостоятельная работа:</b>	9		<b>5</b>	
1. Конспект лекционного материала 2. Разработка учебного рекламного сюжета	9		5	

Всего (4 семестр)		105/35		50
<b>5 семестр</b>				
<b>Тема 5.</b> <b>Виды сюжетов в сценариях рекламных роликов. Раскадровка.</b> Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3	<i>Содержание учебного материала (не предусмотрено учебным планом)</i>			
	1. Три вида сюжетов в сценариях рекламных роликов: драматические, исторические, поэтические 2. Раскадровка, ее виды и особенности.		1	
	<b>Практическое занятие:</b>	14		<b>10</b>
	Создание авторского сценария	14		10
	<b>Самостоятельная работа:</b>	5		<b>5</b>
	1. Конспект лекционного материала 2. Обсуждение известных работ. Анализ и сравнение раскадровок и готовых рекламных роликов	5		5
<b>Тема 6.</b> <b>Работа над звукообразом. Работа с актерами на съемочной площадке.</b> Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3	<i>Содержание учебного материала (не предусмотрено учебным планом)</i>			
	1. Поиск звукового и визуального образов. Работа у микрофона. Работа в кадре и за кадром. 2. Работа в фонотеке и фильмотеке. Работа с актерами, режиссером, оператором.		1	
	<b>Практическое занятие:</b>	14		<b>10</b>
	Проработка раскадровки	14		10
	<b>Самостоятельная работа:</b>	8		<b>5</b>
	1. Конспект лекционного материала 2. Подготовить доклад по пройденной теме.	8		5
<b>Тема 7.</b> <b>Съемка, операторское искусство. Монтаж.</b> Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3	<i>Содержание учебного материала (не предусмотрено учебным планом)</i>			
	1. Место съемки, декорации, свет и т.п. Операторское искусство (законы кадра, план, крупность и т.п.). 2. Художественный и технический аудио и видеомонтаж, его виды. Специальные аудио и видеопрограммы.		1	
	<b>Практическое занятие:</b>	14		<b>5</b>
	Съемка по авторским сценариям, монтаж. Работа над авторскими	14		5

	роликами			
	<b>Самостоятельная работа:</b>	6		5
	1. Конспект лекционного материала 2. Подготовить доклад по пройденной теме.	6		5
<b>Тема 8.</b> <b>Съемочный процесс.</b> Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3	<b>Содержание учебного материала (не предусмотрено учебным планом)</b>			
	1. Основные методы съемки, принятые в кинопроизводстве. Постановочный репортажный метод съемки. Техника и приемы съемки (многокамерный способ съемки, панорама, съемка движения и др.). 2. Разнообразие съемочной аппаратуры, операторская техника и приспособления. Точка съемки, ракурс, движение камеры, характер движения, ритм. Построение и композиция кадра. 3. Стилль съемки, размер экрана, крупность планов. Стандартные съемки. 4. Запоминание кадра. «Субъективная» обработка изображения. Значение объекта съемки. 5. Баланс композиции изображения, влияние цвета на восприятие. Значение и поведение объекта, постоянство центров внимания.		1	
	<b>Практическое занятие:</b>	10		5
	Осуществление видеосъемки для производства рекламного продукта. Постановочный и репортажный метод съемки. Техника и приемы съемки. Значение и поведение объекта, постоянство центров внимания.	10		5
	<b>Самостоятельная работа:</b>	7		5
	1. Конспект лекционного материала 2. Изучение операторских приемов. «Субъективная» обработка изображения	7		5
<b>Всего (5 семестр)</b>		<b>78/26</b>		<b>50</b>
<b>Всего (МДК.02.04)</b>		<b>183/61</b>		<b>100</b>
<b>Промежуточная аттестация</b>				<b>Дифф. зачет</b>

<b>Самостоятельная работа: при изучении МДК.02.04, всего</b>			
1. Работа с конспектами и со специальной литературой по рекламе. 2. Ознакомление и анализ с видами рекламной деятельности в интернете. 3. Изучение основной и дополнительной литературы; поиск информации в интернете и периодических изданиях. 4. Подготовка к практическим занятиям с использованием методических рекомендаций преподавателя			
<b>Производственная практика (по профилю специальности) итоговая по модулю</b>	<b>144</b>		<b>Дифф.зачет 100</b>
<b>Виды работ:</b> 1. Подобрать материалы для создания рекламных конструкций. Создать имитацию различных поверхностей. Проанализировать стилизацию. Оценить перспективу 2. Проанализировать этапы проектирования рекламного проекта печатной продукции. Создать конструкцию листовых и книжных изданий. Провести отделку листовой печатной продукции. Проанализировать механические способы отделки. Изготовить простые и сложные тетради. Провести постпечатную обработку (вырубка, тиснение и т.д.). Выполнить рекламный проект печатной продукции для организации, фирмы (по выбору)			Форма отчетности – отчет по практике, дневник прохождения практики
<b>Всего по МДК 02.01</b>	<b>151/50</b>	<b>Дифф.зачет</b>	<b>100</b>
<b>Всего по МДК 02.02</b>	<b>198/66</b>	<b>Дифф.зачет</b>	<b>100</b>
<b>Всего по МДК 02.03</b>	<b>189/67</b>	<b>Экзамен</b>	<b>100</b>
<b>Всего по МДК 02.04</b>	<b>183/61</b>	<b>Дифф.зачет</b>	<b>100</b>
<b>Производственная практика</b>	<b>144</b>	<b>Дифф.зачет</b>	<b>100</b>
<b>ВСЕГО: ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 6, ОК 7, ОК 8, ОК 9, ОК 10, ОК 11, ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.3</b>	<b>865/244</b>		<b>Экзамен квалиф.</b>

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие методы:

1. ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
2. репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством);
3. продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач).

#### **IV. Условия реализации программы**

**Требования к минимальному материально-техническому обеспечению.**

##### **МДК.02.01. Выполнение рекламных проектов в материале**

**Кабинет проектирования рекламного продукта**

**Основное оборудование:**

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя, мобильный компьютерный класс (ноутбуки, компьютерные мыши); гипсовые макеты, мольберты настольные, муляжи и фигуры;

Технические средства обучения:

Персональный компьютер; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран)

**Полигон «Мини-типография»**

Основное оборудование:

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя, персональные компьютеры; МФУ

Технические средства обучения:

Персональный компьютер, набор демонстрационного оборудования (проектор, экран)

**Помещение для самостоятельной работы обучающихся**

Основное оборудование:

оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде

**МДК.02.02. Проектная компьютерная графика и мультимедиа**

**Кабинет проектирования рекламного продукта**

Основное оборудование:

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя, мобильный компьютерный класс (ноутбуки, компьютерные мыши); гипсовые макеты, мольберты настольные, муляжи и фигуры;

Технические средства обучения:

Персональный компьютер, набор демонстрационного оборудования (проектор, экран)

**Лаборатория компьютерной графики и видеомонтажа**

Основное оборудование:

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя, персональные компьютеры

Технические средства обучения:

Персональный компьютер, набор демонстрационного оборудования (проектор, экран)

**Помещение для самостоятельной работы обучающихся**

Основное оборудование:

оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети

"Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде

### **МДК.02.03. Техника и технологии рекламной фотографии**

#### **Учебный кабинет**

*Учебная аудитория для проведения учебных занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, предусмотренных программой, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации*

##### Основное оборудование:

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя

##### Технические средства обучения:

персональный компьютер; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран)

#### **Лаборатория «Фотолаборатория»**

##### Основное оборудование:

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; цифровой фотоаппарат, ноутбук, МФУ, лампа, реквизиты для фото- и видео съемок, фурнитура

##### Технические средства обучения:

Персональный компьютер, набор демонстрационного оборудования (проектор, экран)

#### **Студия «Фотостудия»**

##### Основное оборудование:

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; цифровой фотоаппарат, ноутбук, МФУ, лампа, реквизиты для фото- и видео съемок, фурнитура

##### Технические средства обучения:

Персональный компьютер, набор демонстрационного оборудования (проектор, экран)

#### **Помещение для самостоятельной работы обучающихся**

##### Основное оборудование:

оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде

### **МДК.02.04. Техника и технологии рекламного видео**

### **Учебный кабинет**

*Учебная аудитория для проведения учебных занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, предусмотренных программой, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации*

#### Основное оборудование:

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя

#### Технические средства обучения:

персональный компьютер; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран)

### **Студия «Видеостудия»**

#### Основное оборудование:

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; цифровой фотоаппарат, ноутбук, МФУ, лампа, реквизиты для фото- и видео съемок, фурнитура

#### Технические средства обучения:

Персональный компьютер, набор демонстрационного оборудования (проектор, экран)

### **Помещение для самостоятельной работы обучающихся**

#### Основное оборудование:

оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде

## **ПП.02.01 Производственная практика (по профилю специальности);** **ПМ.02.ЭК Экзамен квалификационный**

### **Учебный кабинет**

*Учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций, промежуточной аттестации*

#### Основное оборудование:

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя

#### Технические средства обучения:

персональный компьютер; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран)

### **Кабинет проектирования рекламного продукта**

#### Основное оборудование:

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя,

стул преподавателя, мобильный компьютерный класс (ноутбуки, компьютерные мыши); гипсовые макеты, мольберты настольные, муляжи и фигуры;

Технические средства обучения:

Персональный компьютер; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран)

**Полигон «Мини-типография»**

Основное оборудование:

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя, персональные компьютеры; МФУ

Технические средства обучения:

Персональный компьютер, набор демонстрационного оборудования (проектор, экран)

**Лаборатория компьютерной графики и видеомонтажа**

Основное оборудование:

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя, персональные компьютеры

Технические средства обучения:

Персональный компьютер, набор демонстрационного оборудования (проектор, экран)

**Лаборатория «Фотолаборатория»**

Основное оборудование:

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; цифровой фотоаппарат, ноутбук, МФУ, лампа, реквизиты для фото- и видео съемок, фурнитура

Технические средства обучения:

Персональный компьютер, набор демонстрационного оборудования (проектор, экран)

**Студия «Фотостудия»**

Основное оборудование:

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; цифровой фотоаппарат, ноутбук, МФУ, лампа, реквизиты для фото- и видео съемок, фурнитура

Технические средства обучения:

Персональный компьютер, набор демонстрационного оборудования (проектор, экран)

**Студия «Видеостудия»**

Основное оборудование:

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя,



стул преподавателя; цифровой фотоаппарат, ноутбук, МФУ, лампа, реквизиты для фото- и видео съемок, фурнитура

Технические средства обучения:

Персональный компьютер, набор демонстрационного оборудования (проектор, экран)

**Помещение для самостоятельной работы обучающихся**

Основное оборудование:

оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде

**При проведении образовательного процесса по дисциплине необходимо наличие:**

*лицензионное программное обеспечение:*

- Microsoft Windows 7 pro;
- Операционная система Microsoft Windows 10 pro;
- Операционная система Microsoft Windows Server 2012 R2;
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional 13;
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional 16;
- Комплексная Система Антивирусной Защиты Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition.

*электронно-библиотечная система:*

- Электронная библиотечная система (ЭБС) «Университетская библиотека ONLINE» <http://biblioclub.ru/>
- Электронно-образовательная система ЮРАЙТ <https://urait.ru/>
- Электронная библиотечная система (ЭБС) «Университетская библиотека ONLINE» <https://www.studentlibrary.ru>

*современные профессиональные баз данных:*

- Официальный интернет-портал базы данных правовой информации <http://pravo.gov.ru>.
- Портал Единое окно доступа к образовательным ресурсам <http://window.edu.ru/>

*информационные справочные системы:*

- Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования <http://fgosvo.ru>.
- Компьютерная справочная правовая система «Консультант Плюс» (<http://www.consultant.ru/>)

**Активные и интерактивные образовательные технологии, используемые на занятиях:**

Вид занятия*	Используемые активные и интерактивные образовательные технологии
--------------	--

Вид занятия*	Используемые активные и интерактивные образовательные технологии
ТО	Технология коллективного обучения, проблемного и проектного обучения, технология развития критического мышления, разбор конкретных ситуаций, групповые дискуссии
ПР	Компьютерные и проектные технологии, мультимедийные технологии, технология коллективного обучения игровые технологии, групповые дискуссии, психологические тренинги

\* ТО – теоретическое обучение, ПР – практические занятия, ЛР – лабораторные занятия.

### **Перечень рекомендуемых учебных пособий, дополнительной литературы, Интернет-источников**

#### ***Основная литература:***

1. Нагаева, И. А. Основы web-дизайна. Методика проектирования: учебное пособие: [12+] / И. А. Нагаева, А. Б. Фролов, И. А. Кузнецов. – Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2021. – 237 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=602208>

#### ***Дополнительная литература:***

1. Дымова, С. С. Введение в рекламу и PR : учебное пособие : [16+] / С. С. Дымова, В. С. Матюшкин, В. Ю. Филин ; Институт бизнеса и дизайна. – Москва : Институт Бизнеса и Дизайна, 2019. – 130 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=572919>

2. Антипов, К. В. Основы рекламы : учебник / К. В. Антипов. – 5-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2021. – 326 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684193>

3. Трушина, Л. Е. История отечественной и зарубежной рекламы: учебник: [16+] / Л. Е. Трушина. – 2-е изд., стер. – Москва: Дашков и К°, 2020. – 246 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=112329>

#### ***Официальные издания:***

1. Российская газета
2. Собрание законодательства Российской Федерации

#### ***Периодические издания:***

1. Реклама. Теория и практика: журнал/гл. ред. Пирогова Ю.К.; учред.ООО"Издательский дом "Гребенников" Член Российской ассоциации маркетинга. - М:ООО"Издательский дом "Гребенников" Член Российской ассоциации маркетинга, 2020.-№ 1-4, 2021. - № 1-2

2. Среднее профессиональное образование: ежемесячный теоретический и научно методический журнал/гл. ред. А.А. Скамницкий/ООО "АЛМАКС", Москва/2020. - № 1-12, 2021. - № 1-8

3. Вузовский Вестник: российская информационно-аналитическая газета ректоров, проректоров, преподавателей, аспирантов, студентов, абитуриентов / гл.ред. Андрей Шолохов; учред..ООО "ЮниВестМедиа".- М.:ООО

"ЮниВестМедиа", 2020, 2021

**Электронные базы периодических изданий:**

1. Электронная библиотечная система (ЭБС) «Университетская библиотека ONLINE» <https://biblioclub.ru/>

2. Научная электронная библиотека <https://elibrary.ru/titles.asp>

**Современные профессиональные базы данных и информационные ресурсы сети Интернет:**

№	Наименование портала (издания, курса, документа)	Ссылка
1.	Российский портал открытого образования	<a href="http://www.edu.ru">http://www.edu.ru</a>
2.	RWR. Реклама в России	<a href="https://www.rwr.ru">https://www.rwr.ru</a>
3.	Российская национальная библиотека.	<a href="http://www.nlr.ru">http://www.nlr.ru</a>
4.	Электронная библиотека Библиотекарь.Ру – книги, периодика, графика, справочная и техническая литература для учащихся средних и высших учебных заведений.	<a href="http://bibliotekar.ru">http://bibliotekar.ru</a>

**Порядок проведения учебных занятий по профессиональному модулю ПМ.02 «Производство рекламной продукции» (МДК.02.01 Выполнение рекламных проектов в материале, МДК.02.02 Проектная компьютерная графика и мультимедиа, МДК.02.03 Техника и технологии рекламной фотографии и МДК.02.04 Техника и технологии рекламного видео) при освоении образовательной программы инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья**

Создание доступной среды для инвалидов и лиц с ОВЗ (далее – вместе лица/обучающиеся с ОВЗ) является одним из приоритетных направлений современной социальной политики. Доступное профессиональное образование для лиц с ОВЗ – одно из направлений социальной интеграции данной категории граждан в общество, поскольку образование – наиболее действенный социальный ресурс. Профессиональное образование позволяет лицам с ОВЗ повысить конкурентоспособность на рынке труда, создает основу для равных возможностей, повышает личностный статус.

Содержание рабочей программы профессионального модуля и условия организации обучения по данной рабочей программе профессионального модуля для инвалидов определяются в том числе в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида (при наличии), для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья - на основе образовательных программ, адаптированных при необходимости для обучения указанных обучающихся (части 1 и 8 статьи 79 Федерального закона от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»).

При обучении по данному профессиональному модулю обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются бесплатно

специальные учебники и учебные пособия, иная учебная литература.

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации, обучающихся с ОВЗ в Омском филиале Университета Синергия созданы фонды оценочных средств, адаптированные для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья и позволяющие оценить достижение ими запланированных в ОПОП результатов обучения и уровень сформированности всех компетенций, заявленных в образовательной программе.

Текущий контроль успеваемости осуществляется преподавателем и/или обучающимся инвалидом или обучающимся с ограниченными возможностями здоровья в процессе проведения практических занятий и лабораторных работ, а также при выполнении индивидуальных работ и домашних заданий, или в режиме тренировочного тестирования в целях получения информации о выполнении обучаемым требуемых действий в процессе учебной деятельности; правильности выполнения требуемых действий; соответствии формы действия данному этапу усвоения учебного материала; формировании действия с должной мерой обобщения, освоения (в том числе автоматизированности, быстроты выполнения) и т.д. Текущий контроль успеваемости для обучающихся инвалидов и обучающихся с ограниченными возможностями здоровья имеет большое значение, поскольку позволяет своевременно выявить затруднения и отставание в обучении и внести коррективы в учебную деятельность.

Форма проведения текущей и промежуточной аттестации для студентов-инвалидов устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.). При необходимости студенту-инвалиду предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на мероприятиях промежуточной аттестации.

Во исполнение приказов Минобрнауки России от 09.11.2015 № 1309 «Об утверждении Порядка обеспечения условий доступности для инвалидов объектов и предоставляемых услуг в сфере образования, а также оказания им при этом необходимой помощи», от 02.12.2015 № 1399 «Об утверждении Плана мероприятий («дорожной карты») Министерства образования и науки Российской Федерации по повышению значений показателей доступности для инвалидов объектов и предоставляемых на них услуг в сфере образования»), письма Минобрнауки России от 12.02.2016 № ВК-270/07 «Об обеспечении условий доступности для инвалидов объектов и услуг в сфере образования» проведены обследование объектов Омского филиала Университета Синергия и услуг в сфере образования, оказываемых ему, на предмет их доступности для лиц с ОВЗ, и паспортизация его зданий.

На основе Паспорта доступности для инвалидов объекта и предоставляемых на нем услуг в сфере образования, разработанного по форме согласно письму Минобрнауки России от 12.02.2016 № ВК-270/07, согласованного с общественной организацией Всероссийского общества инвалидов, утверждён план действий Университета Синергия по повышению значений показателей доступности для

инвалидов его объектов и услуг в сфере образования, оказываемых им (Дорожная карта), на период до 2030 г. По итогам проведенной паспортизации Омский филиал Университета Синергия признан условно доступным для лиц с ограниченными возможностями здоровья, что является достаточным основанием для возможности пребывания указанных категорий граждан в Омском филиале Университета Синергия и предоставления им образовательных услуг с учетом дальнейшего увеличения степени его доступности на основе реализации мероприятий Дорожной карты.

Создание безбарьерной среды в Омском филиале Университета Синергия учитывает потребности следующих категорий инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья:

- с нарушениями зрения;
- с нарушениями слуха;
- с ограничением двигательных функций.

Обеспечение доступности прилегающей к Омскому филиалу Университета Синергия территории, входных путей, путей перемещения внутри здания для различных нозологий.

Территория Омского филиала Университета Синергия соответствует условиям беспрепятственного, безопасного и удобного передвижения маломобильных студентов, обеспечения доступа к зданиям и сооружениям, расположенным на нем. Обеспечено доступность путей движения, наличие средств информационно-навигационной поддержки, дублирование лестниц подъемными устройствами, оборудование лестниц поручнями, контрастная окраска дверей и лестниц, выделение мест для парковки автотранспортных средств инвалидов и лиц с ОВЗ.

В Омском филиале Университета Синергия обеспечен один вход, доступный для лиц с нарушением опорно-двигательного аппарата. Помещения, где могут находиться люди на креслах-колясках, размещены на уровне доступного входа. При ином размещении помещений по высоте здания, кроме лестниц, предусмотрены, подъемные платформы для людей с ограниченными возможностями и лифт.

Комплексная информационная система для ориентации и навигации инвалидов и лиц с ОВЗ в архитектурном пространстве Омского филиала Университета Синергия включает визуальную, звуковую и тактильную информацию.

Наличие оборудованных санитарно-гигиенических помещений для студентов различных нозологий.

На каждом этаже обустроена одна туалетная кабина, доступная для маломобильных обучающихся. В универсальной кабине и других санитарно-бытовых помещениях, предназначенных для пользования всеми категориями студентов с ограниченными возможностями, установлены откидные опорные поручни, откидные сидения.

Наличие специальных мест в аудиториях для инвалидов и лиц с

ограниченными возможностями здоровья.

В каждом специальном помещении (учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования) предусмотрена возможность оборудования по 1 - 2 места для студентов-инвалидов по каждому виду нарушений здоровья - опорно-двигательного аппарата, слуха и зрения.

В стандартной аудитории первые столы в ряду у окна и в среднем ряду предусмотрены для обучаемых с нарушениями зрения и слуха, а для обучаемых, передвигающихся в кресле-коляске, - выделено 1 - 2 первых стола в ряду у дверного проема.

Для слабослышащих студентов использование сурдотехнических средств является средством оптимизации учебного процесса, средством компенсации утраченной или нарушенной слуховой функции.

Технологии беспроводной передачи звука (FM-системы) являются эффективным средством для улучшения разборчивости речи в условиях профессионального обучения.

Учебная аудитория, в которой обучаются студенты с нарушением слуха, оборудована радиоклассом, компьютерной техникой, аудиотехникой (акустический усилитель и колонки), видеотехникой (мультимедийный проектор, экран), мультимедийной системой. Особую роль в обучении слабослышащих также играют видеоматериалы.

В Университете Синергия в наличии брайлевская компьютерная техника, программы-синтезаторы речи.

Компьютерные тифлотехнологии базируются на комплексе аппаратных и программных средств, обеспечивающих преобразование компьютерной информации в доступные для незрячей и слабовидящей формы (звуковое воспроизведение, рельефно-точечный или укрупненный текст), и позволяют обучающимся с нарушением зрения самостоятельно работать на обычном персональном компьютере с программами общего назначения.

Тифлотехнические средства, используемые в учебном процессе студентов с нарушениями зрения: средства для усиления остаточного зрения и средства преобразования визуальной информации в аудио и тактильные сигналы.

Для слабовидящих студентов в лекционных и учебных аудиториях предусмотрена возможность просмотра удаленных объектов (например, текста на доске или слайда на экране) при помощи видеоувеличителей для удаленного просмотра.

Для студентов с нарушениями опорно-двигательного аппарата используются альтернативных устройств ввода информации.

При процессе обучения по данному профессиональному модулю используются специальные возможности операционной системы Windows, такие

как экранная клавиатура, с помощью которой можно вводить текст, настройка действий Windows при вводе с помощью клавиатуры или мыши.

При наличии обучающихся с ограниченными возможностями здоровья, необходимо предусмотреть выбор мест прохождения практик (включенных в данный профессиональный модуль), который должен учитывать состояние здоровья и требования по доступности. При наличии обучающихся с ограниченными возможностями здоровья, необходимо предусмотреть выбор мест прохождения практик (включенных в данный профессиональный модуль), который должен учитывать состояние здоровья и требования по доступности.

### **Общие требования к организации образовательного процесса**

Целью изучения профессионального модуля является приобретение обучающимися глубоких знаний о разработке и создании дизайна рекламной продукции, а также знаний об основных правилах профессиональной этики и приёмах делового общения.

При проведении занятий по профессиональному модулю используются различные формы обучения: лекции, уроки, семинары, практические занятия, в том числе с приглашением работников из ведущих рекламных компаний, деловые игры, ознакомительные экскурсии.

Освоению профессионального модуля предшествует изучение учебных дисциплин «Информатика/Адаптивная информатика», «Рисунок с основами перспективы», «Живопись с основами цветоведения».

В процессе обучения профессионального модуля предусмотрена производственная практика в объеме 144 часов.

Изучение программы модуля завершается квалификационным экзаменом, который предполагает представление портфолио профессиональных достижений студента и защиту методических материалов (См.Приложения).

При наличии обучающихся с ограниченными возможностями здоровья, необходимо предусмотреть выбор мест прохождения практик (включенных в данный профессиональный модуль), который должен учитывать состояние здоровья и требования по доступности.

### **Кадровое обеспечение образовательного процесса**

Реализация ППСЗ по специальности должна обеспечиваться педагогическими кадрами, имеющими высшее образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины (модуля). Опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы является обязательным для преподавателей, отвечающих за освоение обучающимся профессионального учебного цикла. Преподаватели получают дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации, в том числе в форме стажировки в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

## V. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля

Образовательное учреждение, реализующее подготовку по программе профессионального модуля, обеспечивает организацию и проведение текущего контроля и промежуточной аттестации.

Текущий контроль производится преподавателем в процессе обучения.

Обучение по профессиональному модулю завершается квалификационным экзаменом, который проводит экзаменационная комиссия.

Формы и методы текущего и итогового контроля по профессиональному модулю разрабатываются Омским филиалом Университета Синергия и доводятся до сведения обучающихся не позднее начала двух месяцев от начала обучения.

Для текущего и итогового контроля образовательным учреждением создаются фонды оценочных средств (ФОС).

ФОС включают в себя педагогические контрольно – измерительные материалы, предназначенные для определения соответствия (или несоответствия) индивидуальных образовательных достижений основным показателям результатов подготовки (таблицы).

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
<i>иметь практический опыт:</i>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта; ОК 1 – ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3</li> </ul>	<p><u>Формы контроля обучения:</u>  <i>Текущий контроль:</i>                      Практические занятия: практические занятия с практическими заданиями с использованием персонального компьютера, групповые дискуссии, психологические тренинги: прохождение практики (дневник практики, отчет по практике)                      Самостоятельная работа: эссе, выполнение домашних заданий  <i>Промежуточная аттестация</i>  <u>Методы оценки результатов обучения:</u> -                      формализованное наблюдение за деятельностью студента и оценка на практическом занятии;                      - оценка самостоятельности и творческого подхода;                      - оценка выполнения индивидуальных заданий;                      - оценка степени участия в групповых дискуссиях, психологических тренингах деловых играх;                      - проверка и оценка отчета и дневника практик                      накопительная оценка</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• построения модели (макета, сценария) объекта с учетом выбранной технологии; ОК 1 – ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3</li> </ul>	<p><u>Формы контроля обучения:</u>  <i>Текущий контроль:</i>                      Практические занятия: практические занятия с практическими заданиями с использованием персонального компьютера, групповые дискуссии, психологические тренинги: прохождение практики (дневник практики, отчет по практике)                      Самостоятельная работа: эссе, выполнение домашних заданий  <i>Промежуточная аттестация</i></p>



Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
	<p><u>Методы оценки результатов обучения:</u> -  формализованное наблюдение за деятельностью студента и оценка на практическом занятии;  - оценка самостоятельности и творческого подхода;  - оценка выполнения индивидуальных заданий;  - оценка степени участия в групповых дискуссиях, психологических тренингах деловых играх;  - проверка и оценка отчета и дневника практик  накопительная оценка</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>подготовки к производству рекламного продукта;  ОК 1 – ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3</li> </ul>	<p><u>Формы контроля обучения:</u>  <i>Текущий контроль:</i>  Практические занятия: практические занятия с практическими заданиями с использованием персонального компьютера, групповые дискуссии, психологические тренинги: прохождение практики (дневник практики, отчет по практике)  Самостоятельная работа: эссе, выполнение домашних заданий  <i>Промежуточная аттестация</i>  <u>Методы оценки результатов обучения:</u> -  формализованное наблюдение за деятельностью студента и оценка на практическом занятии;  - оценка самостоятельности и творческого подхода;  - оценка выполнения индивидуальных заданий;  - оценка степени участия в групповых дискуссиях, психологических тренингах деловых играх;  - проверка и оценка отчета и дневника практик  накопительная оценка</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>производства рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков  ОК 1 – ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3</li> </ul>	<p><u>Формы контроля обучения:</u>  <i>Текущий контроль:</i>  Практические занятия: практические занятия с практическими заданиями с использованием персонального компьютера, групповые дискуссии, психологические тренинги: прохождение практики (дневник практики, отчет по практике)  Самостоятельная работа: эссе, выполнение домашних заданий  <i>Промежуточная аттестация</i>  <u>Методы оценки результатов обучения:</u> -  формализованное наблюдение за деятельностью студента и оценка на практическом занятии;  - оценка самостоятельности и творческого подхода;  - оценка выполнения индивидуальных заданий;  - оценка степени участия в групповых дискуссиях, психологических тренингах деловых играх;  - проверка и оценка отчета и дневника практик  накопительная оценка</p>
<p><b>уметь:</b></p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>осуществлять фотосъемку для производства рекламного продукта;  ОК 1 – ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3</li> </ul>	<p><u>Формы контроля обучения:</u>  <i>Текущий контроль:</i>  Практические занятия: практические занятия с</p>

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
	<p>практическими заданиями с использованием персонального компьютера, групповые дискуссии, психологические тренинги: прохождение практики (дневник практики, отчет по практике) Самостоятельная работа: эссе, выполнение домашних заданий</p> <p><i>Промежуточная аттестация</i> <u>Методы оценки результатов обучения:</u> - формализованное наблюдение за деятельностью студента и оценка на практическом занятии; - оценка самостоятельности и творческого подхода; - оценка выполнения индивидуальных заданий; - оценка степени участия в групповых дискуссиях, психологических тренингах деловых играх; - проверка и оценка отчета и дневника практик накопительная оценка</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• осуществлять видеосъемку для производства рекламного продукта; ОК 1 – ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3</li> </ul>	<p><u>Формы контроля обучения:</u> <i>Текущий контроль:</i> Практические занятия: практические занятия с практическими заданиями с использованием персонального компьютера, групповые дискуссии, психологические тренинги: прохождение практики (дневник практики, отчет по практике) Самостоятельная работа: эссе, выполнение домашних заданий</p> <p><i>Промежуточная аттестация</i> <u>Методы оценки результатов обучения:</u> - формализованное наблюдение за деятельностью студента и оценка на практическом занятии; - оценка самостоятельности и творческого подхода; - оценка выполнения индивидуальных заданий; - оценка степени участия в групповых дискуссиях, психологических тренингах деловых играх; - проверка и оценка отчета и дневника практик накопительная оценка</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• использовать компьютерные технологии при создании печатного рекламного продукта; ОК 1 – ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3</li> </ul>	<p><u>Формы контроля обучения:</u> <i>Текущий контроль:</i> Практические занятия: практические занятия с практическими заданиями с использованием персонального компьютера, групповые дискуссии, психологические тренинги: прохождение практики (дневник практики, отчет по практике) Самостоятельная работа: эссе, выполнение домашних заданий</p> <p><i>Промежуточная аттестация</i> <u>Методы оценки результатов обучения:</u> - формализованное наблюдение за деятельностью студента и оценка на практическом занятии; - оценка самостоятельности и творческого подхода; - оценка выполнения индивидуальных заданий; - оценка степени участия в групповых дискуссиях,</p>

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
	<p>психологических тренингах деловых играх; - проверка и оценка отчета и дневника практик накопительная оценка</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>разрабатывать сценарии для съемок и монтажа рекламы; ОК 1 – ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3</li> </ul>	<p><u>Формы контроля обучения:</u> <i>Текущий контроль:</i> Практические занятия: практические занятия с практическими заданиями с использованием персонального компьютера, групповые дискуссии, психологические тренинги: прохождение практики (дневник практики, отчет по практике) Самостоятельная работа: эссе, выполнение домашних заданий <i>Промежуточная аттестация</i> <u>Методы оценки результатов обучения:</u> - формализованное наблюдение за деятельностью студента и оценка на практическом занятии; - оценка самостоятельности и творческого подхода; - оценка выполнения индивидуальных заданий; - оценка степени участия в групповых дискуссиях, психологических тренингах деловых играх; - проверка и оценка отчета и дневника практик накопительная оценка</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки графики, аудио-, видео-, анимации; ОК 1 – ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3</li> </ul>	<p><u>Формы контроля обучения:</u> <i>Текущий контроль:</i> Практические занятия: практические занятия с практическими заданиями с использованием персонального компьютера, групповые дискуссии, психологические тренинги: прохождение практики (дневник практики, отчет по практике) Самостоятельная работа: эссе, выполнение домашних заданий <i>Промежуточная аттестация</i> <u>Методы оценки результатов обучения:</u> - формализованное наблюдение за деятельностью студента и оценка на практическом занятии; - оценка самостоятельности и творческого подхода; - оценка выполнения индивидуальных заданий; - оценка степени участия в групповых дискуссиях, психологических тренингах деловых играх; - проверка и оценка отчета и дневника практик накопительная оценка</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>использовать мультимедийные и web-технологии для разработки и внедрения рекламного продукта; ОК 1 – ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3</li> </ul>	<p><u>Формы контроля обучения:</u> <i>Текущий контроль:</i> Практические занятия: практические занятия с практическими заданиями с использованием персонального компьютера, групповые дискуссии, психологические тренинги: прохождение практики (дневник практики, отчет по практике) Самостоятельная работа: эссе, выполнение домашних заданий <i>Промежуточная аттестация</i></p>

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
	<p><u>Методы оценки результатов обучения:</u> -  формализованное наблюдение за деятельностью студента и оценка на практическом занятии;  - оценка самостоятельности и творческого подхода;  - оценка выполнения индивидуальных заданий;  - оценка степени участия в групповых дискуссиях, психологических тренингах деловых играх;  - проверка и оценка отчета и дневника практик  накопительная оценка</p>
<b>знать:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>технику, технологии и технические средства фотосъемки в рекламе;  ОК 1 – ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3</li> </ul>	<p><u>Формы контроля обучения:</u>  <i>Текущий контроль:</i>  Практические занятия: практические занятия с практическими заданиями с использованием персонального компьютера, групповые дискуссии, психологические тренинги: прохождение практики (дневник практики, отчет по практике)  Самостоятельная работа: эссе, выполнение домашних заданий  <i>Промежуточная аттестация</i>  <u>Методы оценки результатов обучения:</u> -  формализованное наблюдение за деятельностью студента и оценка на практическом занятии;  - оценка самостоятельности и творческого подхода;  - оценка выполнения индивидуальных заданий;  - оценка степени участия в групповых дискуссиях, психологических тренингах деловых играх;  - проверка и оценка отчета и дневника практик  накопительная оценка</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>технику, технологии и технические средства видеосъемки в рекламе;  ОК 1 – ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3</li> </ul>	<p><u>Формы контроля обучения:</u>  <i>Текущий контроль:</i>  Практические занятия: практические занятия с практическими заданиями с использованием персонального компьютера, групповые дискуссии, психологические тренинги: прохождение практики (дневник практики, отчет по практике)  Самостоятельная работа: эссе, выполнение домашних заданий  <i>Промежуточная аттестация</i>  <u>Методы оценки результатов обучения:</u> -  формализованное наблюдение за деятельностью студента и оценка на практическом занятии;  - оценка самостоятельности и творческого подхода;  - оценка выполнения индивидуальных заданий;  - оценка степени участия в групповых дискуссиях, психологических тренингах деловых играх;  - проверка и оценка отчета и дневника практик  накопительная оценка</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>технические и программные средства для создания печатного рекламного продукта;  ОК 1 – ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3</li> </ul>	<p><u>Формы контроля обучения:</u>  <i>Текущий контроль:</i>  Практические занятия: практические занятия с</p>

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
	<p>практическими заданиями с использованием персонального компьютера, групповые дискуссии, психологические тренинги: прохождение практики (дневник практики, отчет по практике) Самостоятельная работа: эссе, выполнение домашних заданий</p> <p><i>Промежуточная аттестация</i> <u>Методы оценки результатов обучения:</u> - формализованное наблюдение за деятельностью студента и оценка на практическом занятии; - оценка самостоятельности и творческого подхода; - оценка выполнения индивидуальных заданий; - оценка степени участия в групповых дискуссиях, психологических тренингах деловых играх; - проверка и оценка отчета и дневника практик накопительная оценка</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• технические и программные средства для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации; ОК 1 – ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3</li> </ul>	<p><u>Формы контроля обучения:</u> <i>Текущий контроль:</i> Практические занятия: практические занятия с практическими заданиями с использованием персонального компьютера, групповые дискуссии, психологические тренинги: прохождение практики (дневник практики, отчет по практике) Самостоятельная работа: эссе, выполнение домашних заданий</p> <p><i>Промежуточная аттестация</i> <u>Методы оценки результатов обучения:</u> - формализованное наблюдение за деятельностью студента и оценка на практическом занятии; - оценка самостоятельности и творческого подхода; - оценка выполнения индивидуальных заданий; - оценка степени участия в групповых дискуссиях, психологических тренингах деловых играх; - проверка и оценка отчета и дневника практик накопительная оценка</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• технологию создания Интернет-рекламы; ОК 1 – ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3</li> </ul>	<p><u>Формы контроля обучения:</u> <i>Текущий контроль:</i> Практические занятия: практические занятия с практическими заданиями с использованием персонального компьютера, групповые дискуссии, психологические тренинги: прохождение практики (дневник практики, отчет по практике) Самостоятельная работа: эссе, выполнение домашних заданий</p> <p><i>Промежуточная аттестация</i> <u>Методы оценки результатов обучения:</u> - формализованное наблюдение за деятельностью студента и оценка на практическом занятии; - оценка самостоятельности и творческого подхода; - оценка выполнения индивидуальных заданий; - оценка степени участия в групповых дискуссиях,</p>

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
	психологических тренингах деловых играх; - проверка и оценка отчета и дневника практик накопительная оценка
<ul style="list-style-type: none"> <li>аппаратное и программное обеспечение ОК 1 – ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3</li> </ul>	<p><u>Формы контроля обучения:</u> <i>Текущий контроль:</i> Практические занятия: практические занятия с практическими заданиями с использованием персонального компьютера, групповые дискуссии, психологические тренинги: прохождение практики (дневник практики, отчет по практике) Самостоятельная работа: эссе, выполнение домашних заданий</p> <p><i>Промежуточная аттестация</i> <u>Методы оценки результатов обучения:</u> - формализованное наблюдение за деятельностью студента и оценка на практическом занятии; - оценка самостоятельности и творческого подхода; - оценка выполнения индивидуальных заданий; - оценка степени участия в групповых дискуссиях, психологических тренингах деловых играх; - проверка и оценка отчета и дневника практик накопительная оценка</p>

### Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по профессиональному модулю

Промежуточная аттестация по модулю проводится в форме экзамена квалификационного; по производственной практике, МДК.02.01, МДК.02.02, МДК.02.04 – дифференцированный зачет, МДК.02.03 - экзамен.

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Критерии оценки, балл
1.	Экзамен квалификационный ОК 1 – ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3	<p>Экзамен представляет собой выполнение обучающимся задания билета, включающего в себя:</p> <p>Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;</p> <p>Задание №2 – задание на анализ ситуации из</p>	<p>Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале: Задание 1: 0-30 баллов Задание 2: 0-30 баллов Задание 3: 0-40 баллов</p> <p><b>-90 и более (отлично)</b> – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Задания решены правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат.</p> <p><b>-70 и более (хорошо)</b>– ответ в</p>

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Критерии оценки, балл
		<p>предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности;</p> <p>Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины</p>	<p>целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Ход решения задания правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат.</p> <p><b>-50 и более (удовлетворительно)</b>– ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Задания решены частично.</p> <p><b>-Менее 50 (неудовлетворительно)</b>– ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задания не решены</p>
2	<p>Дифференцированный зачет (производственная практика) ОК 1 – ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3</p>	<p>Дифференцированный зачет представляет собой проверку выполнения обучающимся заданий практики и подтверждением его результатов (отчет и дневник по практике):</p> <p><i>Дневник по производственной практике:</i></p> <p>в дневник записывается календарный план прохождения учебной практики (в соответствии с индивидуальным планом работы). В дальнейшем в дневник записываются все выполняемые обучающимся виды работ. Записи делаются ежедневно. Дневник является неотъемлемой частью отчета о прохождении практики, который подписывается руководителем от базы практики и сдается вместе с отчетом по практике. Допускаются приложения.</p> <p><i>Отчет по производственной</i></p>	<p>Оценка по производственной практике формируется на основе:</p> <p><b>Дневник по производственной практике:</b></p> <p><b>5</b> – получают обучающиеся, справившиеся с работой на 90-100 %;</p> <p><b>4</b> – ставится в том случае, если содержание соответствует 70 – 89 % от норматива заполнения дневника по практике;</p> <p><b>3</b> – ставится в том случае, если содержание соответствует 50 – 69 % от норматива заполнения дневника по практике;</p> <p><b>2</b> – ставится в том случае, если содержание соответствует 0 – 49 % от норматива заполнения дневника по практике.</p> <p><b>Отчет по производственной практике:</b></p> <p>– <b>85-95</b> – выставляется, если обучающийся выполнил</p>

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Критерии оценки, балл
		<p><i>практике:</i> Предоставление отчета о прохождении учебной практики , индивидуального плана работы и аттестационного листа, содержащего сведения об уровне освоения обучающимся профессиональных компетенций, а также характеристики на обучающегося по освоению профессиональных компетенций в период прохождения практики</p>	<p>индивидуальный план работы учебной практики:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• осуществил подборку необходимых нормативных правовых документов в соответствии с объектом исследования;</li> <li>• в период прохождения учебной практики выполнил спектр функций, которые в полной мере соответствуют области профессиональной деятельности;</li> <li>• во время защиты свободно, исчерпывающе и аргументированно ответил на все вопросы по существу;</li> <li>• правильно оформил отчет о прохождении учебной практики;</li> <li>• имеет положительную характеристику по освоению компетенций в период прохождения учебной практики от Организации;</li> <li>• имеет положительное заключение об уровне освоения обучающимся профессиональных компетенций, содержащееся в аттестационном листе.</li> </ul> <p><b>65-84</b> – выставляется, если обучающийся выполнил индивидуальный план работы по учебной практике;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• осуществил подборку необходимых нормативных правовых документов в соответствии с объектом исследования;</li> <li>• в период прохождения учебной практики выполнил спектр функций, которые в основном соответствуют области профессиональной деятельности;</li> <li>• во время защиты исчерпывающе ответил на все вопросы по существу, согласно;</li> <li>• оформил отчет о</li> </ul>



№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Критерии оценки, балл
			<p>прохождении учебной практики с незначительными недостатками;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• имеет положительную характеристику по освоению профессиональных компетенций в период прохождения учебной практики от Организации;</li> <li>• имеет положительное заключение об уровне освоения обучающимся профессиональных компетенций, содержащееся в аттестационном листе.</li> </ul> <p><b>45-64</b> – выставляется, если обучающийся выполнил индивидуальный план работы по учебной практике не в полном объеме:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• не в полной мере осуществил подборку необходимых нормативных правовых документов в соответствии с объектом исследования;</li> <li>• в период прохождения учебной практики выполнил спектр функций, которые частично соответствуют области профессиональной деятельности;</li> <li>• во время защиты ответил на вопросы по существу без должной аргументации;</li> <li>• оформил отчет о прохождении учебной практики с недостатками;</li> <li>• имеет характеристику по освоению профессиональных компетенций в период прохождения учебной практики от Организации с указанием отдельных недостатков;</li> <li>• имеет положительное заключение об уровне освоения обучающимся профессиональных компетенций, содержащееся в аттестационном листе.</li> </ul> <p>– <b>0 - 44</b> – выставляется, если</p>

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Критерии оценки, балл
			<p>обучающийся не выполнил индивидуальный план работы по учебной практике;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• не осуществил подборку необходимых нормативных правовых документов в соответствии с объектом исследования;</li> <li>• в период прохождения учебной практики выполнил спектр функций, которые не соответствуют области профессиональной деятельности;</li> <li>• во время защиты не ответил на заданные вопросы или ответил неверно, не по существу;</li> <li>• неправильно оформил отчет о прохождении учебной практики;</li> <li>• имеет отрицательную характеристику по освоению профессиональных компетенций в период прохождения учебной практики от Организации;</li> <li>• имеет отрицательное заключение об уровне освоения обучающимся профессиональных компетенций, содержащееся в аттестационном листе.</li> </ul> <p><b>Итоговая оценка:</b>  <b>Зачтено с оценкой:</b>  <b>«Отлично» -90-100;</b>  <b>«Хорошо» -89-70;</b>  <b>«Удовлетворительно» -69-50;</b>  <b>«Неудовлетворительно» - 49-0</b></p>
3	Дифференцированный зачет (МДК.02.01, МДК.02.02, МДК.02.04) ОК 1 – ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3	<p>Дифференцированный зачет – это зачет с оценкой, который представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя:</p> <p>Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить</p>	<p>Выполнение обучающимся заданий билета оценивается по следующей балльной шкале:  Задание 1: 0-30 баллов  Задание 2: 0-30 баллов  Задание 3: 0-40 баллов</p> <p><b>«Зачтено»</b>  — <b>90-100 (отлично)</b>– ответ правильный, логически выстроен, использована профессиональная</p>

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Критерии оценки, балл
		<p>степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними; Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности; Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины</p>	<p>терминология. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат. — <b>70 -89 (хорошо)</b> – ответ в целом правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат. — <b>50-69 (удовлетворительно)</b> – ответ в основном правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. <b>«Не зачтено»</b> — <b>менее 50 (неудовлетворительно)</b> – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные.</p>
	<p>Экзамен (МДК.02.03) ОК 1 – ОК 11, ПК 2.1 – ПК 2.3 ОК 1 – ОК 11, ПК 1.1, ПК 1.2</p>	<p>Экзамен представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя:  Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними; Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности; Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате</p>	<p>Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале: Задание 1: 0-30 баллов Задание 2: 0-30 баллов Задание 3: 0-40 баллов  <b>-90 и более (отлично)</b> – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат. <b>-70 и более (хорошо)</b>– ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Ход решения задачи правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат. <b>-50 и более (удовлетворительно)</b>– ответ в</p>

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Критерии оценки, балл
		освоения дисциплины	основном логически выстроен, приведены не все необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена частично. <b>-Менее 50 (неудовлетворительно)</b> – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задача не решена

**Типовые задания для проведения промежуточной аттестации по МДК.02.01 Выполнение рекламных проектов в материале – дифференцированный зачет**

**Задания 1-го типа**

1. Процесс разработки и производства рекламного продукта.
2. Участники процесса разработки и производства рекламного продукта.
3. Основы психологии поведения потребителей.
4. Содержание рекламного обращения. Мотивы поведения и психологические установки потребителя, и их использование в рекламной аргументации.
5. Форма и структура рекламного обращения.
6. Методики поиска идей для креативной концепции рекламы.
7. Организация креативного процесса. Креативный отдел рекламного агентства. Креативный бриф
8. Копирайтинг. Выбор стиля и структуры рекламного текста. Традиционная структура рекламного текста.
9. Принципы разработки слогана, зачина, ОРТ и эхо-фразы.
10. Принципы оформления рекламного текста: подбор шрифтов, верстка, цветовое решение.
11. Цвет в рекламе: функции, методика подбора. Композиция рекламы как способ привлечения и удержания внимания потребителя.
12. Рекламная иллюстрация и видеоряд
13. Фирменный стиль как фактор повышения запоминаемости рекламы. Приемы увеличения эффективности рекламного обращения
14. Реклама в прессе
15. Наружная и транзитная реклама
16. Полиграфия: основные понятия. Печатание, печатная форма, полутоновые и штриховые изображения.
17. Критерии классификации полиграфической продукции: тираж, цветность, формат, вид по материальной конструкции
18. Технологии декорирования сувениров.

19. Технологии печати упаковки и этикетки и наружной рекламы
20. Запечатываемые материалы и носители для производства рекламного продукта.
21. Директ-мейл: особенности восприятия, задачи разработчика, приемы разработки конверта, письма и вложений
22. Основные стадии производства полиграфической продукции. Документальное сопровождение полиграфического заказа
23. Способы печати полиграфической рекламы и рекламы в прессе: плоская офсетная печать и трафаретная печать
24. Послепечатные процессы в производстве рекламного продукта.
25. Модели восприятия рекламных обращений

### ***Задания 2-го типа***

1. Требования к графическим макетам. Приведите примеры
2. Особенности разработки рекламы в прессе. Приведите примеры
3. Особенности разработки радио-рекламы. Приведите примеры
4. Особенности разработки наружной рекламы. Приведите примеры
5. Особенности разработки интернет-рекламы. Приведите примеры
6. Роль персонажей в эмоциональной рекламе. Приведите примеры
7. Характеристики персонажей в эмоциональной рекламе. Приведите примеры
8. Требования к разработке макета рекламного проспекта. Приведите примеры
9. Дизайн и креатив макет. Приведите примеры
10. Фирменный стиль в разработке рекламного макета. Приведите примеры
11. Способы производства сувенирной продукции. Приведите примеры
12. Требования к разработке макета рекламной афиши. Приведите примеры
13. Преимущества, недостатки, особенности, формы полиграфической продукции. Приведите примеры
14. Виды печати. Приведите примеры
15. Основные требования к цвету. Приведите примеры
16. Структура и форма рекламного обращения. Приведите примеры
17. Творческие решения для различных объектов рекламы. Приведите примеры
18. Творческие аспекты рекламной деятельности. Приведите примеры
19. Пути творческого решения рекламной задачи. Приведите примеры
20. Торгово-розничная реклама. Приведите примеры
21. Целесообразность размещения рекламы на транспортных средствах. Приведите примеры
22. Современные технологии реализации проекта. Приведите примеры
23. Рекламная композиция в пространстве города. Приведите примеры
24. Световая реклама и светотехника. Приведите примеры
25. Материалы и технологии изготовления наружной рекламы. Приведите примеры

### Задания 3-го типа

1. Выберите три образца печатных рекламных материалов и ответьте на следующие вопросы: 1. Какова цель данной рекламы? 2. Какая у неё целевая аудитория? 3. Что обещает реклама? 4. Чем поддерживается обещание?

2. Выберите услугу, для которой разрабатывается рекламное обращение (Проверка зрения). Опишите целевую аудиторию заданной услуги, укажите цель обращения и разработайте 2-3 слогана в соответствии с этой целью. Ответ оформите в виде таблицы.

Целевая аудитория	Цель обращения	Слоган
Население	Спрос на услуги практикующих офтальмологов	«Смотри в оба!»
Специалисты	Реклама препарата для зрения «Лютеин»	«Не в бровь, а в глаз»

3. Выберите товар из списка (обручальные кольца). Придумайте для данного товара три слогана с использованием любых трех мотивов из списка: • Мотив экономии; • Мотив здоровья; • Мотив гарантии и надежности; • Мотив удобств и дополнительных преимуществ; • Мотив значимости; • Мотив любви

4. Разработайте и приведите структуру универсального рекламного агентства. Разработайте критерии выбора рекламных агентств. Структура рекламного агентства зависит от того, что мы хотим делать. То есть от сферы нашей деятельности: размещение рекламы на телевидении и радио, распространение информации о клиенте через газеты и журналы, проведение рекламной кампании через средства наружной рекламы, световая реклама и т.д. Но не зависимо от этого, существует основная форма рекламного агентства. Любое агентство состоит из четырех основных отделов: а). Творческий отдел - он занимается разработкой и производством рекламы; б). Отдел средств рекламы - он ответственен за выбор средств рекламы и размещения рекламы; в). Исследовательский отдел - он изучает характеристики и потребности аудитории; г). Коммерческий отдел - он занимается коммерческой стороной деятельности клиента. Работая над заказами клиентов, свою лепту вносят все сотрудники агентства, начиная от секретарей и кончая контакторами, а также специалисты, привлеченные извне. При этом все сотрудники, выполняя свои определенные функции, способствуют достижению основной цели рекламного агентства - это выполнение миссии фирмы, поставленной на этапе стратегического планирования деятельности организации.

5. Разработайте и приведите структуру универсального рекламного агентства. Разработайте критерии выбора рекламных агентств. Структура рекламного агентства зависит от того, что мы хотим делать. То есть от сферы нашей деятельности: размещение рекламы на телевидении и радио, распространение информации о клиенте через газеты и журналы, проведение рекламной кампании через средства наружной рекламы, световая реклама и т.д. Но не зависимо от

этого, существует основная форма рекламного агентства. Любое агентство состоит из четырех основных отделов: а). Творческий отдел - он занимается разработкой и производством рекламы; б). Отдел средств рекламы - он ответственен за выбор средств рекламы и размещения рекламы; в). Исследовательский отдел - он изучает характеристики и потребности аудитории; г). Коммерческий отдел - он занимается коммерческой стороной деятельности клиента. Работая над заказами клиентов, свою лепту вносят все сотрудники агентства, начиная от секретарей и кончая контактными, а также специалистами, привлеченные извне. При этом все сотрудники, выполняя свои определенные функции, способствуют достижению основной цели рекламного агентства - это выполнение миссии фирмы, поставленной на этапе стратегического планирования деятельности организации.

6. Разработать вариант афиши для мероприятия: гастроль цирка «Дю Солей» в Санкт-Петербурге

7. Разработать проект витрины для магазина «ADIDAS»

8. Составить медиа-план для рекламной кампании фирмы «Лента» -сеть супермаркетов

9. Определить портрет потребителя и целевую аудиторию для фирмы «Mercedes-Benz» в России.

10. Разработать сценарий для рекламной акции фирмы «Миф» -стиральный порошок.

11. Разработать серию пиктограмм для компьютерного приложения «Интернет- дневник студента»

12. Разработать внешний вид сайта для Интернет-магазина «Фермерская продукция»

13. Разработать информационный стенд для школы (правила поведения в школе и техника безопасности)

14. Разработать варианты печатной продукции для участия в автомобильной выставке

15. Разработать плакат социальной рекламы

16. Разработать серию символов идентификации и цветовые схемы для ориентирования в пространстве многопрофильной медицинской клиники.

17. Разработать флаер для мероприятия - открытие выставки Ивана Айвазовского.

18. Разработка фирменного стиля для тетра имени Пушкина

19. Разработать стратегию продвижения фирмы «ГАММА» (товары для творчества)

20. Разработать рекламный буклет для клиники «Скандинавия»: открытие нового детского медицинского центра.

21. Разработать новый логотип для фирмы «Евросеть» в различных цветовых схемах.

22. Разработать проект наружной рекламы для телеканала «Моя планета»

23. Разработать макет сувенирной продукции для товара RIX-российская жевательная резинка.

24. Разработать упаковку для молочного напитка Пискаревского молочного завода

25. Проанализируйте содержание и оформление текста рекламного сообщения и определите элементы, нуждающиеся в корректировке, и предложите свои варианты изменений

**Типовые задания для проведения промежуточной аттестации по МДК.02.02 «Проектная компьютерная графика и мультимедиа» - дифференцированный зачет**

***Задания 1-го типа***

1. Основные понятия верстки, характеристики и классификация шрифтов
2. Основные группы шрифтов, их характеристики и области применения
3. Основные атрибуты абзаца
4. Правила верстки текста с иллюстрациями
5. Виды таблиц и их основные элементы, правила верстки таблиц
6. Шрифтовые и нешрифтовые выделения текста и их области применения
7. Основные форматы печатных изданий
8. Виды верстки иллюстраций
9. Отличительные особенности газетной, журнальной и книжной верстки
10. Достоинства и недостатки векторной графики
11. Достоинства и недостатки растровой графики.
12. Способы сжатия изображений
13. Возможности сети Интернет
14. Понятие Web-сайта
15. Виды поисковых систем в Интернет
16. Виды компьютерных сетей
17. Назначение локальных компьютерных сети
18. Назначение глобальных компьютерных сетей
19. Понятие программы браузер. наиболее популярные программы браузеры
20. Правила оформления титульного листа
21. Верстка распашных таблиц
22. Особенности многополосной и многоколоной верстки таблиц
23. Понятия «буквица», «виньетка», «абреже». В каких случаях их принято использовать
24. Правила верстки формул, цитат, эпиграфов
25. Назовите знаки редакторской и корректорской правки

***Задания 2-го типа***

1. Что такое графические редакторы?
2. Какие объекты используются в векторном графическом редакторе?
3. Какие основные операции, которые возможны в графическом редакторе?
4. Какие графические редакторы являются векторными?



5. Какие операции мы можем выполнять над векторными графическими изображениями?

6. Какие есть операции взаимодействия объектов при создании элементов рекламы в программе CorelDraw?

7. Какие есть операции клонирования объектов при создании элементов рекламы в программе CorelDraw?

8. Какие есть способы создания пользовательской цветовой гаммы в программе CorelDraw?

9. Какие есть способы редактирования фотографий в программе AdobePhotoshop?

10. Какие есть способы изменения внешнего вида текста в программе AdobePhotoshop?

11. Что такое цветовая модель RGB?

12. Что такое цветовая модель CMYK?

13. Что такое фрактальная графика?

14. Какие есть форматы графических данных?

15. Как формируется векторное изображение?

16. Как формируется растровое изображение?

17. Что такое графическая информация?

18. Какие есть отличия векторной графики от растровой?

19. Что такое трёхмерная графика?

20. Какие есть законы анимации?

21. Какие есть достоинства и недостатки растровой графики?

22. Какие основные задачи компьютерной графики?

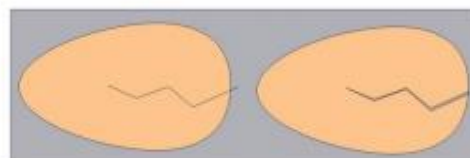
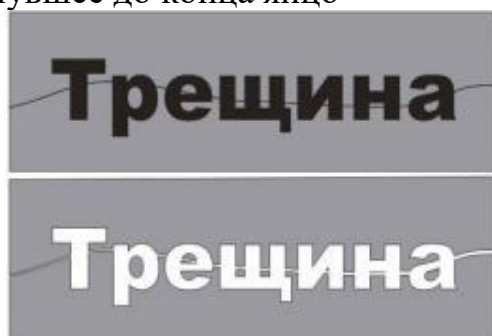
23. Какие сферы применения компьютерной графики?

24. Что такое кодирование цвета?

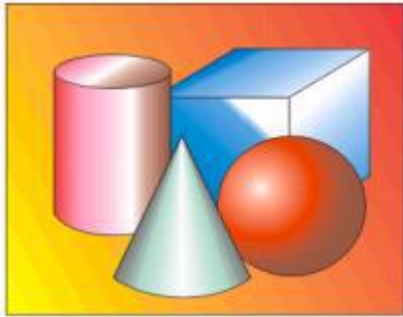
25. Какие есть области применения трехмерной графики?

### ***Задания 3-го типа***

1. Изобразите разорванный пополам трафарет для нанесения надписи краской (лист пластика с вырезанными в нем буквами) и лопающееся, но еще не лопнувшее до конца яйцо



2. Используя различные типы градиентных заливок, создайте следующие объекты



3. Используя узорные, текстурные заливки, а также прозрачность, создайте пейзаж



4. Применяя эффект перетекания, создайте изображение девушки



5. Создайте векторное изображение



6. Создать обложку книги в векторном редакторе.



7. Создать документ, содержащий художественный текст.



8. Создать документ, содержащий простой и художественный текст



9. Создать иллюстрацию.



10. Создать изображение



11. Создать изображение заката солнца, радуги, дождя, тумана, молнии



12. Выполнить ретуширование старого фото



**Типовые задания для проведения промежуточной аттестации по МДК.02.03 «Техника и технологии рекламной фотографии» - экзамен**

**Задания 1-го типа**

1. Основные этапы развития фотографии. История развития фотопроцесса. Сферы применения фотографии.
  2. Основные части фотоаппарата, их назначение.
  3. Классификация современных фотоаппаратов, их технические характеристики.
  4. Объективы, основные характеристики, классификация.
  5. Способы наводки на резкость и глубина резкоизображаемого пространства.
  6. Принцип работы цифрового фотоаппарата.
  7. Основные правила обращения с фототехникой и техника безопасности
  8. Устройство цифрового фотоаппарата. Карты памяти. Форматы файлов.
  9. Панель управления. Меню цифрового фотоаппарата. Работа с кнопками прямого доступа.
  10. Дополнительное оборудование для фотосъёмки, его назначение.
  11. Основные светотехнические величины. Выдержка. Диафрагма. Экспозиция. Расчёт экспозиции при фотосъёмке, взаимозаменяемость.
  12. Строение, классификация, характеристики импульсивных осветителей
  13. Основные свойства света. Виды освещения. Направление света на съёмках.
  14. Виды освещения по назначению. Способы корректировки света.
  15. Особенности восприятия изображения и их использование в рекламной фотографии.
  16. Понятие «композиция кадра». Основные изобразительные средства фотографии.
  17. Понятия «кадр», «картинная плоскость». Принцип заполнения картинной плоскости.
  18. Понятие «крупность плана». Характеристика разных по крупности планов.
  19. Высота точки съёмки и понятие «ракурс». Применение их в фотокомпозиции.
  20. Способы передачи объёма, глубины на снимке. Перспектива.
  21. Способы передачи движения в кадре. Динамика в фотографии.
  22. Ритм. Ритмический рисунок кадра. Свойства ритма и его разновидности.
- Основные свойства света.
23. Натюрморт. Выбор предметов для натюрморта. Фон в натюрморте. Особенности фотосъёмки натюрморта. Освещение. Съёмка фактуры.
  24. Портрет. Передача образа в портрете. Технические особенности съёмки.
  25. Пейзаж. Технические и композиционные особенности съёмки пейзажа. Съёмка пейзажа в неблагоприятных условиях.
  26. Панорамная съёмка. Особенности проведения и монтажа

### ***Задания 2-го типа***

1. Основные жанры в фотографии. Привести примеры
2. Как влияют изменения возможностей в фотографии на изготовление рекламного продукта? Привести примеры
3. Значение цвета в изображении, какова эмоциональная составляющая. Привести примеры
4. Использование черно-белого изображения в фотографии. Привести примеры
5. Перечислить режимы съемки, отметить их особенности. Привести примеры
6. Классификация света по направлению. Привести примеры
7. Перечислить виды объективов в зависимости от творческих задач. Привести примеры
8. Перечислить параметры экспозиции и раскрыть их роль в решении творческих задач. Привести примеры.
9. Варианты регулирования изображения при съемке в условиях яркого солнечного света. Привести примеры
10. Для чего необходима встроенная вспышка? Привести примеры применения.
11. Для чего необходима беспроводная вспышка? Привести примеры применения.
12. Определить, в чем особенность подготовки к спортивной фотосъемке. Привести примеры.
13. Осветительное оборудование для студийного освещения. Привести примеры
14. Особенности технологии съемки диалогов. Привести примеры
15. Особенности предметной фотосъемки. Привести примеры
16. Виды и задачи репортажной съемки. Привести примеры
17. Режимы фокусировки и их особенности. Привести примеры
18. Форматы файлов, их отличия. Привести примеры
19. Особенности съёмки архитектуры и интерьера. Привести примеры
20. Негативный процесс. Основы химических процессов проявления и закрепления фотографического изображения на негативном материале. Привести примеры
21. Позитивный процесс. Привести примеры
22. Дополнительная обработка фотоматериалов. Ослабление и усиление негатива. Привести примеры
23. Основы ретуши. Инструменты и материалы. Привести примеры
24. Физическое, оптическое и эмоциональное воздействие цвета. Привести примеры
25. Цвет как изобразительное средство фотографии. Цветовой контраст. Привести примеры

### ***Задания 3-го типа***

1. В студии сфотографируйте портрет на документ
2. В студии сфотографируйте художественный портрет
3. В студии сфотографируйте художественный портрет в 3/4
4. В студии сфотографируйте двойной портрет
5. В студии сфотографируйте групповой портрет
6. В студии сфотографируйте натюрморт "Фрукты"
7. В студии сфотографируйте композицию "Фотоаппараты"
8. В студии сфотографируйте композицию "Книги"
9. На ПК создайте черно-белую фотографию
10. На ПК отредактируйте лицо человека.

**Типовые задания для проведения промежуточной аттестации по МДК.02.04 «Техника и технологии рекламного видео» - дифференцированный зачет**

***Задания 1-го типа***

1. Технические и художественные возможности кино.
2. Принципы телевизионного сигнала.
3. Телевидение как вид искусства.
4. Методы производства кинофильма.
5. Практика производства.
6. Виды видеостудий
7. Функции телевизионной рекламы продукта. Жанровые особенности телевизионной рекламы.
8. Рекламная история как основа рекламной продукции.
9. Формы и специфика производства и проката телевизионной рекламы.
10. Российские и зарубежные рекламные агентства
11. Форма и специфика производства
12. Съёмочный аппарат как основной изобразительный инструмент экрана.
13. Фотокамера и видеокамера, признаки их сходства и различия.
14. Особенности устройства различных видеокамер и характеристики
15. Особенности устройства различных видеокамер
16. Телевизионное киноизображение, магия пленки и цифры 6. Видеосигнал, передача цвета
17. Творческие возможности приемов съёмки статичной и движущейся камерами.
18. Понятие «крупный план».
19. Движение камеры: панорама наблюдения, сопровождение, «трэвеллинг».
20. Приемы «наезд» (укрупнение) и «отъезд» как смысловые и монтажные единицы.
21. Съёмка изображений со штатива
22. Съёмка камерой с рук
23. Съёмка блуждающей камерой
24. Большая и малая глубины резкости.



25. Изобразительные особенности.

**Задания 2-го типа**

1. История американской ТВ рекламы. Приведите примеры
2. История европейской ТВ рекламы. Приведите примеры
3. История и анализ российской ТВ рекламы. Приведите примеры
4. Жанровые особенности рекламного ролика. Приведите примеры
5. Рекламная история. Приведите примеры
6. Основные методы съемки, принятые в кинопроизводстве. Приведите примеры
7. Постановочный метод съемки. Приведите примеры
8. Репортажный метод съемки. Приведите примеры
9. Техника и приемы съемки. Приведите примеры
10. Стандартные съёмки. Приведите примеры
11. Монтажные программы. Приведите примеры
12. Виды монтажа. Приведите примеры
13. Выбор актеров первого, второго планов. Приведите примеры
14. Декорации и элементы их составляющие. Приведите примеры
15. Реализм пространства, среды. Приведите примеры
16. Титры, графика, фон для титров. Приведите примеры
17. Виды надписей, шрифты. Приведите примеры
18. Формы графики, спецэффекты. Приведите примеры
19. Классификация рекламных роликов. Приведите примеры
20. Классификация рекламных видеофильмов. Приведите примеры
21. Варианты рекламной видеопродукции. Приведите примеры
22. Основные изобразительные средства видеосъемки. Приведите примеры
23. Правила монтажа по движению. Приведите примеры
24. Правила монтажа по цвету и свету. Приведите примеры
25. Раскрыть значение перебивки и привести примеры ее использования при монтаже.

**Задания 3-го типа**

1. Создать видеоролик, соответствующий требованиям технического задания с применением линейного и нелинейного монтажа с помощью программного пакета Adobe Premiere Pro «Интервью со студентом»

- Обязательные требования к видеоролику:
- Ясная идея сценария, четкий вывод
- Присутствие не менее 5 сцен
- Лаконичный, композиционно продуманный текст
- Соответствие музыкального ряда визуальному

2. Создать видеоролик, соответствующий требованиям технического задания с применением линейного и нелинейного монтажа с помощью программного пакета Vegas Pro 13.0 (64-bit)Pro «Берем интервью у педагога»

- Обязательные требования к видеоролику:

- Ясная идея сценария, четкий вывод
- Присутствие не менее 5 сцен
- Лаконичный, композиционно продуманный текст
- Соответствие музыкального ряда визуальному

3. Создать видеоролик, соответствующий требованиям технического задания с применением линейного и нелинейного монтажа с помощью программного пакета Adobe Premiere Pro «Встреча». Обязательные требования к видеоролику:

- Ясная идея сценария, четкий вывод
- Присутствие не менее 5 сцен
- Лаконичный, композиционно продуманный текст
- Соответствие музыкального ряда визуальному

4. Создать видеоролик, соответствующий требованиям технического задания с применением линейного и нелинейного монтажа с помощью программного пакета Vegas Pro 13.0 (64-bit)Pro «Читаем интересные книги». Обязательные требования к видеоролику:

- Ясная идея сценария, четкий вывод
- Присутствие не менее 5 сцен
- Лаконичный, композиционно продуманный текст
- Соответствие музыкального ряда визуальному

5. Создать видеоролик, соответствующий требованиям технического задания с применением линейного и нелинейного монтажа с помощью программного пакета Adobe Premiere Pro «Улицы города». Обязательные требования к видеоролику:

- Ясная идея сценария, четкий вывод
- Присутствие не менее 5 сцен
- Лаконичный, композиционно продуманный текст
- Соответствие музыкального ряда визуальному

6. Создать видеоролик, соответствующий требованиям технического задания с применением линейного и нелинейного монтажа с помощью программного пакета Adobe Premiere Pro «Видео для буктрейлера». Обязательные требования к видеоролику:

- Ясная идея сценария, четкий вывод
- Присутствие не менее 5 сцен
- Лаконичный, композиционно продуманный текст
- Соответствие музыкального ряда визуальному

7. Создать видеоролик, соответствующий требованиям технического задания с применением линейного и нелинейного монтажа с помощью программного пакета Vegas Pro 13.0 (64-bit)Pro «Социальный ролик: Экология». Обязательные требования к видеоролику:

- Ясная идея сценария, четкий вывод
- Присутствие не менее 5 сцен

- Лаконичный, композиционно продуманный текст
- Соответствие музыкального ряда визуальному

8. Создать видеоролик, соответствующий требованиям технического задания с применением линейного и нелинейного монтажа с помощью программного пакета Adobe Premiere Pro «Мы веселые ребята». Обязательные требования к видеоролику:

- Ясная идея сценария, четкий вывод
- Присутствие не менее 5 сцен
- Лаконичный, композиционно продуманный текст
- Соответствие музыкального ряда визуальному

9. Создать видеоролик, соответствующий требованиям технического задания с применением линейного и нелинейного монтажа с помощью программного пакета Vegas Pro 13.0 (64-bit)Pro «Реклама фотоаппаратуры». Обязательные требования к видеоролику:

- Ясная идея сценария, четкий вывод
- Присутствие не менее 5 сцен
- Лаконичный, композиционно продуманный текст
- Соответствие музыкального ряда визуальному

10. Создать видеоролик, соответствующий требованиям технического задания с применением линейного и нелинейного монтажа с помощью программного пакета Adobe Premiere Pro «Праздник? Праздник!!!». Обязательные требования к видеоролику:

- Ясная идея сценария, четкий вывод
- Присутствие не менее 5 сцен
- Лаконичный, композиционно продуманный текст
- Соответствие музыкального ряда визуальному

## **Типовые задания для проведения промежуточной аттестации - экзамена квалификационного**

### ***Задания 1 типа***

1. Процесс разработки и производства рекламного продукта.
2. Участники процесса разработки и производства рекламного продукта.
3. Основы психологии поведения потребителей.
4. Содержание рекламного обращения. Мотивы поведения и психологические установки потребителя, и их использование в рекламной аргументации.
5. Форма и структура рекламного обращения.
6. Методики поиска идей для креативной концепции рекламы.
7. Организация креативного процесса. Креативный отдел рекламного агентства. Креативный бриф
8. Копирайтинг. Выбор стиля и структуры рекламного текста. Традиционная структура рекламного текста.

9. Основные понятия верстки, характеристики и классификация шрифтов
  10. Основные группы шрифтов, их характеристики и области применения
  11. Основные атрибуты абзаца
  12. Правила верстки текста с иллюстрациями
  13. Виды таблиц и их основные элементы, правила верстки таблиц
  14. Шрифтовые и нешрифтовые выделения текста и их области применения
  15. Основные форматы печатных изданий
  16. Виды верстки иллюстраций
  17. Отличительные особенности газетной, журнальной и книжной верстки
  18. Достоинства и недостатки векторной графики
  19. Достоинства и недостатки растровой графики.
  20. Способы сжатия изображений
  21. Строение, классификация, характеристики импульсивных осветителей
  22. Основные свойства света. Виды освещения. Направление света на съёмках.
  23. Виды освещения по назначению. Способы корректировки света.
  24. Особенности восприятия изображения и их использование в рекламной фотографии.
  25. Понятие «композиция кадра». Основные изобразительные средства фотографии.
  26. Понятия «кадр», «картинная плоскость». Принцип заполнения картинной плоскости.
  27. Понятие «крупность плана». Характеристика разных по крупности планов.
  28. Высота точки съёмки и понятие «ракурс». Применение их в фотокомпозиции.
  29. Способы передачи объёма, глубины на снимке. Перспектива.
  30. Способы передачи движения в кадре. Динамика в фотографии.
  31. Ритм. Ритмический рисунок кадра. Свойства ритма и его разновидности.
- Основные свойства света.
32. Функции телевизионной рекламы продукта. Жанровые особенности телевизионной рекламы.
  33. Рекламная история как основа рекламной продукции.
  34. Формы и специфика производства и проката телевизионной рекламы.
  35. Российские и зарубежные рекламные агентства
  36. Форма и специфика производства
  37. Съёмочный аппарат как основной изобразительный инструмент экрана.
  38. Фотокамера и видеокамера, признаки их сходства и различия.
  39. Особенности устройства различных видеокамер и характеристики
  40. Особенности устройства различных видеокамер
  41. Телевизионное киноизображение, магия пленки и цифры 6. Видеосигнал, передача цвета

42. Творческие возможности приемов съемки статичной и движущейся камерами.

43. Понятие «крупный план».

44. Движение камеры: панорама наблюдения, сопровождение, «тревелинг».

45. Приемы «наезд» (укрупнение) и «отъезд» как смысловые и монтажные единицы.

46. Съемка изображений со штатива

47. Съемка камерой с рук

48. Съемка блуждающей камерой

49. Большая и малая глубины

### ***Задания 2 типа***

1. Требования к графическим макетам. Приведите примеры

2. Особенности разработки рекламы в прессе. Приведите примеры

3. Особенности разработки радио-рекламы. Приведите примеры

4. Особенности разработки наружной рекламы. Приведите примеры

5. Особенности разработки интернет-рекламы. Приведите примеры

6. Роль персонажей в эмоциональной рекламе. Приведите примеры

7. Характеристики персонажей в эмоциональной рекламе. Приведите примеры

8. Требования к разработке макета рекламного проспекта. Приведите примеры

9. Дизайн и креатив макет. Приведите примеры

10. Фирменный стиль в разработке рекламного макета. Приведите примеры

11. Способы производства сувенирной продукции. Приведите примеры

12. Требования к разработке макета рекламной афиши. Приведите примеры

13. Преимущества, недостатки, особенности, формы полиграфической продукции. Приведите примеры

14. Что такое цветовая модель RGB?

15. Что такое цветовая модель CMYK?

16. Что такое фрактальная графика?

17. Какие есть форматы графических данных?

18. Как формируется векторное изображение?

19. Как формируется растровое изображение?

20. Что такое графическая информация?

21. Какие есть отличия векторной графики от растровой?

22. Что такое трёхмерная графика?

23. Какие есть законы анимации?

24. Какие есть достоинства и недостатки растровой графики?

25. Какие основные задачи компьютерной графики?

26. Какие сферы применения компьютерной графики?

27. Что такое кодирование цвета?

28. Для чего необходима встроенная вспышка? Привести примеры применения.

29. Для чего необходима беспроводная вспышка? Привести примеры применения.

30. Определить, в чем особенность подготовки к спортивной фотосъемке. Привести примеры.

31. Осветительное оборудование для студийного освещения. Привести примеры

32. Особенности технологии съемки диалогов. Привести примеры

33. Особенности предметной фотосъемки. Привести примеры

34. Виды и задачи репортажной съемки. Привести примеры

35. Режимы фокусировки и их особенности. Привести примеры

36. Форматы файлов, их отличия. Привести примеры

37. Особенности съёмки архитектуры и интерьера. Привести примеры

38. Негативный процесс. Основы химических процессов проявления и закрепления фотографического изображения

39. Основные методы съемки, принятые в кинопроизводстве. Приведите примеры

40. Постановочный метод съемки. Приведите примеры

41. Репортажный метод съемки. Приведите примеры

42. Техника и приемы съемки. Приведите примеры

43. Стандартные съёмки. Приведите примеры

44. Монтажные программы. Приведите примеры

45. Виды монтажа. Приведите примеры

46. Выбор актеров первого, второго планов. Приведите примеры

47. Декорации и элементы их составляющие. Приведите примеры

48. Реализм пространства, среды. Приведите примеры

49. Титры, графика, фон для титров. Приведите примеры

50. Виды надписей, шрифты. Приведите примеры

51. Формы графики, спецэффекты. Приведите примеры

52. Классификация рекламных роликов. Приведите примеры

53. Классификация рекламных видеофильмов. Приведите примеры

54. Варианты рекламной видеопродукции

### ***Задание 3 типа – защита отчета по производственной практике***

1. Основы композиции выставочного пространства.

2. Этапы выбора оптимального проектного решения.

3. Этапы творческого проекта.

4. Соответствие изделия технологическим возможностям.

5. Оборудование и материалы.

6. Технология изготовления.

7. Рекламный проект

8. Рекламная композиция в пространстве города.

9. Воздействие наружной рекламы.

10. Материалы и технологии изготовления наружной рекламы.

11. Световая реклама и светотехника.
12. Анализ аналогов и прототипов наружной рекламы.
13. Экономические показатели наружной рекламы.
14. Приемы режиссуры пространства, реализации идеи, творческого замысла.
15. Методы организации пространства.
16. Типовые стендовые конструкции

### **Тестовые задания**

1. Что такое «стратегический креатив»?

а. Это то, как именно мы формулируем наше обращение к потребителю. Это создание конечного рекламного продукта, который будет непосредственно коммуницировать с потребителем (рекл.ролик, макет, джингл и тд.)

**б. Это средства и технологии, наиболее эффективные для общения с потребителем**

в. Это выбор средств коммуникации с потребителем

г. Это глобальный концепт бренда и его развития. Это убеждение, которое должно остаться в голове потребителя после контакта с нашей рекламной коммуникацией.

2. Что такое рекламный бриф?

а. Сообщение для прессы, содержащее в себе новость об организации

**б. Документ, содержащий в себе описание внутреннего кодекса и миссии рекламного агентства**

**в. Техническое задание, которое необходимо составить перед началом планирования рекламной компании или любого другого рекламного проекта**

г. Готовая презентация рекламной концепции

3. Что такое процесс инкубации?

а. Доведение креативной идеи до ее окончательной формы

**б. Важнейшая стадия креативного процесса, на которой происходит творческая работа на бессознательном уровне.**

в. Сбор основной информации по рекламному проекту

**г. Это процесс заполнения рекламного брифа перед началом креативного процесса**

4. Что такое интеграция?

а. Доведение креативной идеи до ее окончательной формы

**б. Важнейшая стадия креативного процесса, на которой происходит творческая работа на бессознательном уровне.**

**в. Сбор основной информации по рекламному проекту**

**г. Это процесс заполнения рекламного брифа перед началом креативного процесса**

5. Что значит этап иллюстрации в креативном процессе?

а. Доведение креативной идеи до ее окончательной формы

**б. Важнейшая стадия креативного процесса, на которой происходит творческая работа на бессознательном уровне.**

- в. Сбор основной информации по рекламному проекту
- г. Презентация идей потенциальному заказчику



## **VI. ПРИЛОЖЕНИЯ**

# **ФОРМЫ ОТЧЕТНОСТИ И ШАБЛОНЫ ДОКУМЕНТОВ ПО УЧЕБНОЙ И ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКАМ**



## ПРИЛОЖЕНИЕ 1

(обучающийся проходит практику  
на базе Университета «Синергия»)

### УТВЕРЖДАЮ

Директор по УМР Омского  
филиала Университета «Синергия»

\_\_\_\_\_Скобелина Т.А.

Ф.И.О.

МП

## Индивидуальное задание

по практике

по профессиональному модулю \_\_\_\_\_

обучающегося группы \_\_\_\_\_

шифр и номер группы

\_\_\_\_\_ (Ф.И.О.)

№ п/п	Виды работ	Период выполнения работ
	<p><b>Ознакомительная лекция, включая инструктаж по соблюдению правил противопожарной безопасности, правил охраны труда, техники безопасности, санитарно-эпидемиологических правил и гигиенических нормативов.</b></p> <p>Ознакомиться с кругом обязанностей по определенным видам работ, связанным с будущей профессиональной деятельностью, а также уточнить правила в отношении субординации, внешнего вида, внутреннего трудового распорядка и режима конфиденциальности.</p> <p>Пройти инструктаж по соблюдению правил противопожарной безопасности, правил охраны труда, техники безопасности, санитарно-эпидемиологических правил и гигиенических нормативов (в случае медицинских противопоказаний к выполнению определенных видов деятельности – принести подтверждающую справку из медицинского учреждения).</p>	
	<p><b>Изучение организационной структуры подразделения прохождения практики.</b></p> <p>Знакомство с профилем деятельности организации в целом и со структурой подразделения прохождения практики.</p> <p>Изучение нормативных документов, регламентирующих деятельность организации.</p> <p>....</p> <p>....</p> <p>....</p>	

№ п/п	Виды работ	Период выполнения работ
	<b>Сбор информации об объекте практики и анализ источников.</b> ..... ..... .....	
	<b>Экспериментально-практическая работа. Приобретение необходимых умений и первоначального опыта практической работы по специальности в рамках освоения вида деятельности _____</b> _____ ..... ..... .....	
	<b>Обработка и систематизация полученного фактического материала.</b> С целью подготовки к сдаче экзамена (квалификационного) по профессиональному модулю _____ осуществить комплексный анализ результатов выполненных видов работ, оформить презентационные материалы.	
	<b>Оформление отчетных документов о прохождении практики и экспертная оценка результатов ее прохождения.</b> <i>Оформить отчет о прохождении практики в формате презентации PowerPoint, содержащий базовую и информационно-вспомогательную информацию, согласно структуре, указанной в Приложении 1 к настоящему индивидуальному заданию.</i> Разместить полностью оформленный комплект отчетной документации по практике в электронной информационно-образовательной среде Университета «Синергия» на платформе lms.synergy.ru руководителю практики от Образовательной организации для экспертной оценки результатов ее прохождения.	

Обучающийся индивидуальное задание получил(а): \_\_\_\_\_  
подпись \_\_\_\_\_ расшифровка \_\_\_\_\_

## Шаблон приложения к индивидуальному заданию

### Приложение 1 к индивидуальному заданию

#### Шаблон оформления титульного листа отчета



**СИНЕРГИЯ**

НЕГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«МОСКОВСКИЙ ФИНАНСОВО-ПРОМЫШЛЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ «СИНЕРГИЯ»  
Колледж «Синергия»  
Кафедра/ Департамент \_\_\_\_\_

**Отчет**  
**о прохождении \_\_\_\_\_ практики**  
**по профессиональному модулю**

\_\_\_\_\_

**в период с «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. по «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.**

Специальность \_\_\_\_\_

ФИО обучающегося: \_\_\_\_\_  
Группа: \_\_\_\_\_  
ФИО руководителя: \_\_\_\_\_

#### Шаблон оформления структуры отчета

## Содержание

---



## Шаблон аттестационного листа



### Аттестационный лист

\_\_\_\_\_  
(Ф.И.О. обучающегося)

обучающий(ая)ся \_\_\_\_\_ курса группы \_\_\_\_\_ по специальности \_\_\_\_\_, успешно прошел(ла)

\_\_\_\_\_  
(наименование вида практики)

по профессиональному модулю \_\_\_\_\_ в  
объеме \_\_\_\_\_ часов с « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 202\_ года по « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 202\_ года:

#### **Заключение-анализ результатов освоения программы практики:**

**Индивидуальное задание по \_\_\_\_\_ практике по профессиональному модулю \_\_\_\_\_ обучающимся (нужное отметить ✓):**

- выполнено;
- выполнено не в полном объеме;
- не выполнено;

#### **Работа с источниками информации (нужное отметить ✓):**

##### **Обучающийся:**

- осуществил подборку необходимых документов и статистических данных, которые могут быть использованы при подготовке к сдаче экзамена (квалификационного);
- осуществил подборку необходимых документов и статистических данных, которые частично могут быть использованы при подготовке к сдаче экзамена (квалификационного);
- не осуществил подборку необходимых документов и статистических данных, или данные материалы не могут быть использованы при подготовке к сдаче экзамена (квалификационного);

**Владение материалом по \_\_\_\_\_ практике (нужное отметить ✓):**

##### **Обучающийся:**

- умело анализирует полученный во время практики материал;
- анализирует полученный во время практики материал;
- недостаточно четко и правильно анализирует полученный во время практики материал;
- неправильно анализирует полученный во время практики материал;

**Задачи, поставленные на период \_\_\_\_\_ практики, обучающимся**

(нужное отметить ✓):

- решены в полном объеме;
- решены в полном объеме, но не полностью раскрыты;
- решены частично, нет четкого обоснования и детализации;
- не решены;

**Спектр выполняемых обучающимся функций в период прохождения**  
\_\_\_\_\_ **практики области профессиональной деятельности по**  
**профессиональному модулю** \_\_\_\_\_ **(нужное отметить ✓):**

- соответствует;
- в основном соответствует;
- частично соответствует;
- не соответствует;

**Оформление обучающимся отчета по** \_\_\_\_\_ **практике (нужное**  
**отметить ✓):**

- отчет о прохождении практики оформлен правильно;
- отчет о прохождении практики оформлен с незначительными недостатками;
- отчет о прохождении практики оформлен с недостатками;
- отчет о прохождении практики оформлен неверно.

**Аттестуемый продемонстрировал владение следующими общими и профессиональными**  
**компетенциями:**

Код	Содержание компетенции	Уровень освоения обучающимся (нужное отметить ✓)*
<b>Общие компетенции</b>		
ОК ...	...	высокий средний низкий
ОК ...	...	высокий средний низкий
ОК ...	...	высокий средний низкий
ОК ...	...	высокий средний низкий
<b>Профессиональные компетенции</b>		
ПК ...	...	высокий средний низкий
ПК ...	...	высокий средний

		низкий
ПК ...	...	высокий средний низкий
ПК ...	...	высокий средний низкий

Примечание:

Высокий уровень – обучающийся уверенно демонстрирует готовность и способность к самостоятельной профессиональной деятельности не только в стандартных, но и во внештатных ситуациях.

Средний уровень – обучающийся выполняет все виды профессиональной деятельности в стандартных ситуациях уверенно, добросовестно, эффективно.

Низкий уровень – при выполнении профессиональной деятельности обучающийся нуждается во внешнем сопровождении и контроле.

**Показатели и критерии оценивания результатов прохождения практики:**

№ п/п	Наименование показателя	Максимальное количество баллов	Оценка качества выполнения каждого вида работ (в баллах)
<b>Качество подобранного материала для проведения анализа</b>			
1.1.	Наличие источников информации в соответствии с индивидуальным заданием	5	
1.2.	Наличие актуальных первичных данных, материалов	5	
<b>Качественная оценка проведенного анализа источников и собранных материалов</b>			
2.1.	Выполнение требований к содержательной части отчета, соответствие видов работы индивидуальному заданию	20	
2.2.	Оценка степени самостоятельности проведенного анализа	20	
2.3.	Оценка качества проведенного анализа собранных материалов, данных	20	
<b>Выполнение общих требований к проведению практики</b>			
3.1.	Выполнение требований к экспериментально-практической работе в рамках освоения вида деятельности ВД _____	20	
3.2.	Выполнение требований к оформлению отчета по практике в формате презентации PowerPoint, содержащего базовую и информационно-вспомогательную информацию по итогам ее прохождения	10	
	<b>Итого:</b>	100	

Замечания руководителя практики от Образовательной организации:

---



---

---

---

**Руководитель практики  
от Образовательной организации**

---

*(Ф.И.О.)*

*(подпись)*

**Омский филиал  
негосударственного образовательного частного учреждения  
высшего образования  
«Московский финансово-промышленный университет  
«Синергия»**

---

**УТВЕРЖДЕНО**  
на заседании Ученого совета Университета  
«Синергия»  
протокол № 5 от 25.05.2023 г.

**УТВЕРЖДАЮ**  
Ректор Университета «Синергия»  
  
А.И. Васильев  
26.05.2023 г.

**Программа профессионального модуля  
ПМ.03 «Маркетинговое и правовое  
обеспечение реализации рекламного продукта»  
(МДК.03.01. Маркетинг в рекламе; МДК.03.02. Правовое  
обеспечение рекламной деятельности; ПП.03.01  
Производственная практика (по профилю специальности);  
ПМ.03.ЭК Экзамен квалификационный)**

**Специальность: 42.02.01 Реклама**

**Квалификация выпускника: Специалист по рекламе**

**Форма обучения: очная**

## Содержание

I. Паспорт рабочей программы профессионального модуля «Обеспечение реализации прав граждан в сфере пенсионного обеспечения и социальной защиты» .....	3
II. Результаты освоения профессионального модуля .....	4
III. Структура и содержание профессионального модуля ПМ.03. "Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта" .....	6
IV. Условия реализации программы .....	23
V. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля.....	31
VI. ПРИЛОЖЕНИЯ.....	53

# **І. Паспорт рабочей программы профессионального модуля «Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта»**

## **Область применения программы**

Рабочая программа профессионального модуля – является частью программы подготовки специалистов среднего звена (ППССЗ) в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 510 от 12.05.2014г. и является частью основной профессиональной образовательной программы по специальности в части освоения вида профессиональной деятельности: «Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта и соответствующих профессиональных компетенций», и соответствующих профессиональных компетенций» (ПК):

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

ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.

## **Место профессионального модуля в учебном процессе**

Профессиональный модуль ПМ.03 «Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта» относится к разделу профессиональных модулей профессионального учебного цикла учебного плана подготовки специалистов СПО по специальности 42.02.01 Реклама, включает в себя: изучение МДК.03.01 «Маркетинг в рекламе» и МДК.03.02 «Правовое обеспечение рекламной деятельности» и прохождение практик: производственной (по профилю специальности).

## **Цели освоения профессионального модуля – требования к результатам освоения**

*Целью изучения* профессионального модуля является формирование у студентов специальных знаний, принципов и навыков в области рекламы и других средств маркетинговой коммуникации, обеспечивающих эффективность воздействия их на потребителя, а также в области правового обеспечения рекламной деятельности.

*Задачи* профессионального модуля:

- Рассмотреть пути и средства управления экономическим рынком рекламы;
- Расширить экономический кругозор обучающихся;
- Продемонстрировать особенности основных средств маркетинговых коммуникаций и возможности их применения при реализации рекламных продуктов;
- Дать основные понятия и ключевые вопросы в области правового обеспечения рекламной деятельности;

- Изучить правовые аспекты рекламной деятельности;
- Развить у обучающихся умение самостоятельно приобретать знания для осуществления профессиональной коммуникации, способности к самообразованию.

### **Цели и задачи производственной практики**

**Цель производственной практики** - формирование у обучающегося общих и профессиональных компетенций, приобретение практического опыта в рамках профессионального модуля ОПОП СПО в области маркетингового и правового обеспечения реализации рекламной деятельности, предусмотренных ФГОС СПО по специальности.

#### ***Задачи производственной практики:***

1. Применение специальных теоретических знаний, полученных в рамках профессионального модуля, при выполнении конкретных функциональных обязанностей по отдельным должностям;
2. Освоение видов технологий в рекламе, используемых в практической деятельности конкретного учреждения в области маркетингового и правового обеспечения рекламного продукта.
3. Развитие коммуникативных умений, усвоение этических правил, норм и принципов в профессиональной деятельности;
4. Приобретение опыта работы в рекламной сфере, в области маркетингового и правового обеспечения рекламного продукта.

## **II. Результаты освоения профессионального модуля**

### **В результате освоения профессионального модуля, обучающийся должен:**

#### ***иметь практический опыт:***

- выявление требований целевых групп потребителей;
- разработки средств продвижения рекламного продукта;
- разработки маркетинговой части бизнес-плана;

#### ***уметь***

- проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей;
- анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп;
- проводить сегментирование рынка;
- принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта;

#### ***знать:***

- задачи, цели и общие требования к рекламе;
- основные направления рекламной деятельности;
- виды рекламной деятельности;
- структуру рекламного рынка.

## **Компетенции, формируемые в результате освоения профессионального модуля**

Процесс изучения дисциплин и прохождения практик профессионального модуля ПМ.03 «Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта», а также прохождение практик, направлен на формирование компетенций, предусмотренных Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама.

В результате освоения профессионального модуля (включая МДК.03.01 «Маркетинг в рекламе» и МДК.03.02 «Правовое обеспечение рекламной деятельности» и производственную практику) студент должен обладать следующими общими (ОК) и профессиональными (ПК) компетенциями, включающими в себя способность:

Код	Наименование результата обучения
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 3.1	Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка
ПК 3.2	Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.

**III. Структура и содержание профессионального модуля ПМ.03  
«Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного  
продукта»**

**Объем профессионального модуля**

<b>Наименование</b>	<b>Квалификация</b>
	<b>Реклама в медиа-индустрии</b>
	<b>часов</b>
<b>Максимальная нагрузка обучающихся по ПМ.03, в том числе</b>	<b>318</b>
МДК.03.01, с преподавателем	84
МДК.03.02, с преподавателем	80
<b>Учебная практика</b>	-
<b>Производственная практика</b>	72
<b>Самостоятельная работа</b>	82
<b>Консультация</b>	-
<b>Экзамен квалификационный</b>	-

### Тематический план профессионального модуля

Код профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практики)	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов
			Всего, часов	в т.ч. практические занятия, часов	в т.ч. курсовая работа, часов	Всего, часов	в т.ч. курсовая работа, часов		
	ПМ.03. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта								
ОК 1 – ОК 11, ПК 3.1 – ПК 3.2	МДК.03.01. Маркетинг в рекламе	126	84	56	-	42			
ОК 1 – ОК 11, ПК 3.1 – ПК 3.2.1.6	МДК.03.02. Правовое обеспечение рекламной деятельности	120	80	40	-	40			
ОК 1 – ОК 9, ПК 3.1 – ПК 3.2	Производственная практика (по профилю специальности), часов	72							72
	<b>Всего:</b>	<b>318</b>	<b>164</b>	96		<b>82</b>			<b>72</b>



## Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ)

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения	Балл
<b>МДК.03.01. Маркетинг в рекламе</b>		<b>126</b>		
<b>Модуль 1. Маркетинг в рекламе</b>				
<b>Тема 1.1. Комплекс маркетинга и рекламы</b> Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 3.1 – ПК 3.2	<i>Содержание учебного материала</i>	<b>2</b>		
	1. Понятие и сущность маркетинга, его роль в экономике, цели, задачи и функции. Необходимость маркетинга в современных условиях. История возникновения и основные этапы в развитии маркетинга 2. Основные концепции маркетинга, их сущность. Классический комплекс маркетинга: товар, цена, распространение (сбыт), продвижение	2	1	
	<i>Самостоятельная работа:<sup>1</sup></i>	<b>4</b>		10
	1. Конспектирование лекционного материала 2. Подготовка презентации на тему: История возникновения и основные этапы в развитии маркетинга	4		5
	3. Написание сообщений на тему: Классический комплекс маркетинга: товар, цена, распространение (сбыт), продвижение			5
<b>Тема 1.2. Структура маркетинговой</b>	<i>Содержание учебного материала</i>	<b>2</b>		
	1. Составляющие элементы	2	1	

<sup>1</sup> Самостоятельная работа – это вид учебной деятельности, которую студент совершает в установленное время и в установленном объеме индивидуально или в группе, без непосредственной помощи преподавателя (преподаватель разъясняет цели, задачи её проведения, контролирует их понимание студентами, знакомит студентов с алгоритмами, требованиями, предъявляемыми к выполнению определённых видов заданий, проводит индивидуальную работу, направленную на формирование у студентов навыков по самоорганизации познавательной деятельности), руководствуясь сформированными ранее представлениями о порядке и правильности выполнения действий. Во время самостоятельной подготовки обучающиеся обеспечены доступом к сети Интернет (библиотека, читальный зал). Внеаудиторная работа сопровождается методическим обеспечением, которое подробно описано в, отдельно от РПУД сформированном, фонде оценочных средств по профессиональному модулю.

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения	Балл
<b>деятельности и классификация маркетинга</b> Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 3.1 – ПК 3.2	структуры маркетинговой деятельности: цели и задачи, функции, принципы, классификация, объекты, субъекты, окружающая среда, средства, методы, стратегии и тактика, исследование, организация и управление. 2. Классификационные признаки. Службы и отделы маркетинга в организации. Основные виды маркетинга, их краткая характеристика			
	<b>Практические занятия:</b>	<b>8</b>		10
	Решение практических ситуаций по теме : Современная концепция маркетинга	8		5
	Решение практических ситуаций по теме : Обоснование и выбор организационной структуры службы маркетинга.			5
	<b>Самостоятельная работа:</b>	<b>4</b>		10
	1. Конспектирование лекционного материала 2. Проработка учебной и специальной литературы по теме: Структура маркетинговой деятельности и классификация маркетинга 3. Выполнение рефератов на тему: Службы и отделы маркетинга в организации. 4. Составление схемы по теме: Микросреда маркетинга	4		5
			5	
<b>Модуль 2. Управление маркетингом</b>				
<b>Тема 2.1. Маркетинговая среда.</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>2</b>		
	1. Понятие и виды	2	1	

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения	Балл
Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 3.1 – ПК 3.2	маркетинговой среды. Микросреда маркетинга: фирма клиенты, конкуренты, поставщики, посредники, контактные аудитории 2. Маркетинговая макросреда – группы факторов ее составляющих: демографические, экономические, культурные, технико-технологические, природно-климатические, политико-правовые			
	<b>Практические занятия:</b>	<b>6</b>		10
	1. Проведение анализа окружающей среды организации с заполнением таблицы 2. Решение ситуационных задач по теме : Маркетинговая среда	6		5  5
	<b>Самостоятельная работа:</b>	<b>4</b>		10
	1. Конспектирование лекционного материала 2. Проработка учебной и специальной литературы по теме: Маркетинговая среда 3. Выполнение докладов на тему: Факторы составляющие маркетинговую макросреду 4. Составление кроссворда по теме: Микросреда маркетинга	4		5  5
<b>Тема 2.2. Рациональное управление маркетингом.</b> Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 3.1 – ПК 3.2	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>2</b>		
	1..Анализ рыночных возможностей, замеры и прогнозирование спроса Сегментация рынка: понятие, назначение, признаки, критерии выбора сегмента. 2. Позиционирование товара: понятие,	2	1	

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения	Балл
	назначение и условия правильного позиционирования Разработка комплекса маркетинга и реализация маркетинговых мероприятий			
	<b>Практические занятия:</b>	<b>6</b>		10
	1. Решение ситуационных задач по теме «Сегментирование товара на рынке.»	6		5
	2. Решение ситуационных задач по теме «Оценка емкости рынка»			5
	<b>Самостоятельная работа:</b>	<b>4</b>		10
	1. Конспект лекционного материала	4		5
	2. Проработка учебной и специальной литературы по теме: Разработка комплекса маркетинга и реализация маркетинговых мероприятий			5
	3. Выполнение докладов на тему: Позиционирование товара			
	4. Составление кроссворда по теме: Сегментация рынка			
<b>Модуль 3. Маркетинговые исследования</b>				
<b>Тема 3.1 Маркетинговые исследования.</b> Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 3.1 – ПК 3.2	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>4</b>		
	1. Цели задачи и основные понятия маркетинговых исследований. Маркетинговая информационная система (МИС). 2. Процесс проведения и методы маркетинговых исследований. Конкуренция и конкурентоспособность. Исследование и анализ конкурентной среды	4	1	

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения	Балл
	<b>Самостоятельная работа:</b>	<b>4</b>		
	1. Конспект лекционного материала 2. Проработка учебной и специальной литературы по теме: Маркетинговые исследования	4		
<b>Тема 3.2. Покупательское поведение на потребительском рынке и на рынке товаров промышленного назначения.</b> Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 3.1 – ПК 3.2	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>4</b>		
	1. Потребности человека и экономическая теория. Иерархия человеческих потребностей по А. Маслоу. Покупательская мотивация и методы ее выявления 2. Модель покупательского поведения. Характеристики покупателя. Процесс принятия решения о покупке 3. Поведение покупателей на рынке товаров промышленного назначения	4	1	
	<b>Практические занятия:</b>	<b>6</b>		5
	1. Анализ поведения потребителей при совершении покупки	6		5
	<b>Самостоятельная работа:</b>	<b>4</b>		
	1. Конспект лекционного материала 2. Проработка учебной и специальной литературы по теме: Покупательская мотивация и методы ее выявления.	4		
<b>Тема 3.3. Товар в системе маркетинга.</b> Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 3.1 – ПК 3.2	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>4</b>		
	1. Понятие товара, классификация товаров. Разработка товаров-новинок. Упаковка и маркировка товаров 2. Товарная политика	4		

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения	Балл
	фирмы. Ассортиментная политика фирмы 3. Классический жизненный цикл товара (ЖЦТ), его этап и их характеристики			
	<b>Практические занятия:</b>	<b>6</b>		5
	Характеристика методов определения конкурентоспособности товара	6		5
	<b>Самостоятельная работа:</b>	<b>4</b>		
	1. Конспект лекционного материала 2. Проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы по теме: Товарная политика фирмы	4		
<b>Тема 3.4. Ценовая политика фирмы в системе маркетинга.</b> Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 3.1 – ПК 3.2	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>2</b>		
	1. Понятие цены, виды цен, назначение и функции. Ценообразование на различных типах рынков. Определение исходной цены. 2. Методы ценообразования. Разработка стратегии ценообразования. Ценовая тактика	2	1	
	<b>Практические занятия:</b>	<b>6</b>		
	Изучение методов ценообразования, принятие на их основе решений о цене на продукцию.	6		
	<b>Самостоятельная работа:</b>	<b>4</b>		
	1. Конспект лекционного материала 2. Проработка учебной и специальной литературы по теме: Ценообразование на различных типах рынков	4		

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения	Балл
<b>Модуль 4. Маркетинговая деятельности предприятия</b>				
<b>Тема 4.1. Реализация товара. Сбытовая политика предприятия.</b> Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 3.1 – ПК 3.2	<i>Содержание учебного материала</i>	<b>2</b>		
	1. Основные понятия, методы и системы сбыта продукции. Планирование сбытовой политики 2. Каналы товародвижения. Выбор посредника и факторы, формирования сбытовой сети	2	1	
	<i>Практические занятия:</i>	<b>6</b>		10
	1. Оценка преимуществ и недостатков системы сбыта товаров 2. Деловая игра Проблемы сбыта небольшой компании	6		5
	<i>Самостоятельная работа:</i>	<b>4</b>		
	1. Конспект лекционного материала 2. Проработка учебной и специальной литературы по теме: Сбытовая политика предприятия	4		
	<i>Содержание учебного материала</i>	<b>2</b>		
<b>Тема 4.2. Коммуникационная политика в системе маркетинга.</b> Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 3.1 – ПК 3.2	1. Комплекс маркетинговых коммуникаций. Формы коммуникаций в маркетинге. 2. Реклама и ее роль в коммуникационной политике фирмы Рекламный рынок и его структура. 3. Законодательное регулирование рекламной деятельности Стимулирование сбыта как часть коммуникационной политики фирмы PR и личные продажи в системе маркетинговых коммуникаций	2	1	
	<i>Практические занятия:</i>	<b>6</b>		5

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения	Балл
	1. Разработка рекламной компании для конкретного продукта. Составление рекламных текстов 2. Приобретение навыков в выборе и оценке эффективности мероприятия ФОССТИС.	6		5
	<i>Самостоятельная работа:</i>	4		
	1. Конспект лекционного материала 2. Проработка учебной и специальной литературы по темам: «Реклама и ее роль в коммуникационной политике фирмы», «Рекламный рынок и его структура»	4		
<b>Тема 4.3. Управление маркетинговой деятельностью предприятия.</b> Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 3.1 – ПК 3.2	<i>Содержание учебного материала</i>	2		
	1. Стратегическое планирование в маркетинге. Маркетинговая программа. Маркетинговая часть бизнес-плана (план маркетинга). Разработка бюджета маркетинга. 2. Глобальные направления маркетинговых стратегий. Виды маркетинговых стратегий. Маркетинговый контроль. Эффективность маркетинговой деятельности	2	1	
	<i>Практические занятия:</i>	6		5
	Выбор стратегии маркетинга. Решение ситуационных задач	6		5
	<i>Самостоятельная работа:</i>	2		
1. Конспект лекционного материала 2. Проработка учебной и специальной литературы по теме: Эффективность маркетинговой	2			



Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения	Балл
	деятельности			
<b>Самостоятельная работа:<sup>2</sup> при изучении МДК.02.01, всего</b>		<b>42</b>		
1. Работа с конспектами и со специальной литературой по рекламе. 2. Ознакомление и анализ с видами рекламной деятельности в интернете. 3. Изучение основной и дополнительной литературы; поиск информации в интернете и периодических изданиях. 4. Подготовка к практическим занятиям с использованием методических рекомендаций преподавателя				
Всего		<b>126/42</b>		<b>100</b> <b>Дифф.зачет</b>
<b>МДК.03.02. Правовое обеспечение рекламной деятельности</b>		<b>120</b>		
<b>Модуль 1. Законодательство о рекламе</b>				
<b>Тема 1.1. Характеристика законодательства о рекламе.</b> Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 3.1 – ПК 3.2	<i>Содержание учебного материала</i>	<b>8</b>		
	1. Недостоверная и недобросовестная реклама по закону РФ «О рекламе». Перечень товаров, реклама которых не допускается. Гражданско-правовое регулирование рекламы. Публичная оферта. Федеральная антимонопольная служба как уполномоченный орган федеральной исполнительной власти по контролю за 12 соблюдением законодательства о рекламе. Закон РФ « О	8	1	

<sup>2</sup> Самостоятельная работа – это вид учебной деятельности, которую студент совершает в установленное время и в установленном объеме индивидуально или в группе, без непосредственной помощи преподавателя (преподаватель разъясняет цели, задачи её проведения, контролирует их понимание студентами, знакомит студентов с алгоритмами, требованиями, предъявляемыми к выполнению определённых видов заданий, проводит индивидуальную работу, направленную на формирование у студентов навыков по самоорганизации познавательной деятельности), руководствуясь сформированными ранее представлениями о порядке и правильности выполнения действий. Во время самостоятельной подготовки обучающиеся обеспечены доступом к сети Интернет (библиотека, читальный зал). Внеаудиторная работа сопровождается методическим обеспечением, которое подробно описано в, отдельно от РПУД сформированном, фонде оценочных средств по профессиональному модулю.

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения	Балл
	защите конкуренции». 2. Требования к политической рекламе по Закону РФ « Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан РФ». Подзаконные нормативно-правовые акты в сфере рекламной деятельности. Международный кодекс рекламной практики. Роль решений Конституционного Суда РФ в правовом регулировании рекламного бизнеса. Закон РФ « О защите прав потребителей» в правовом регулировании рекламы.			
	<b>Практическое занятие:</b>	<b>8</b>		<b>10</b>
	Решение ситуационных задач Разработка и составление текста искового заявления о защите прав потребителя рекламы Изучение требований к политической рекламы по Закону РФ «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан РФ» Заполнение сравнительной таблицы по характеристике прав потребителя по тексту Закона РФ « О защите прав потребителей»	8		10
	<b>Самостоятельная работа:</b>	<b>8</b>		<b>6</b>
	1. Конспект лекционного материала 2. Написание на основе собранного материала сообщений, докладов, рефератов, эссе.	8		6
<b>Модуль 2. Правовое регулирование отдельных видов рекламы</b>				

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения	Балл
<b>Тема 2.1. Правовое регулирование отдельных видов рекламы.</b> Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 3.1 – ПК 3.2	<i>Содержание учебного материала</i>	8		
	1. Виды печатной рекламы. Реклама в периодических печатных изданиях. Закон РФ «О средствах массовой информации». Этапы подготовки рекламного сообщения в прессе. Общие рекомендации для размещения рекламы в прессе. 2. Аудиовизуальная реклама. Реклама в радиопрограммах и радиопередачах. Телевизионная реклама. Общие рекомендации по организации рекламы на телевидении. Интернет-реклама 3. Наружная реклама. Разрешение на установку рекламы. Реклама на транспортных средствах. Рекламные сувениры. Рекламные мероприятия, связанные с проведением ярмарок и выставок. Устная реклама. Особенности рекламы отдельных видов товаров	8	1	
	<i>Практическое занятие:</i>	8		10
	Конспектирование Закона РФ «О средствах массовой информации.» Изучение реквизитов текста разрешения на размещение наружной рекламы (типового образца) Составление текста заявления на получение разрешения о размещении наружной рекламы	8		10
	<i>Самостоятельная работа:</i>	8		6

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения	Балл
	1. Конспект лекционного материала 2. Написание на основе собранного материала сообщений, докладов, рефератов, эссе.	8		6
<b>Тема 2.2. Субъекты рекламной деятельности.</b> Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 3.1 – ПК 3.2	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>8</b>		
	1. Рекламный процесс. Рекламодатель Рекламное агентство. Средства распространения рекламы. Рекламополучатель. 2. Содержание и правовая характеристика договоров в сфере рекламы. Правоотношения между рекламодателем и рекламопроизводителем. Правоотношения между рекламодателем и рекламораспространителем. 3. Характеристика обязательств сторон по договору подряда. Характеристика обязательств сторон по договору на оказании рекламных услуг 4. Гражданско-правовая ответственность субъектов рекламной деятельности за ненадлежащее исполнение договорных обязательств.	8	1	
	<b>Практическое занятие:</b>	<b>8</b>		<b>20</b>
	1. Разработка и составление плана- графика рекламной кампании фирмы. 2. Разработка и составление текста договора на оказание рекламных услуг.	8		10
	<b>Самостоятельная работа:</b>	<b>8</b>		<b>6</b>
	1. Конспект лекционного материала 2. Написание на основе	8		

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения	Балл
	собранного материала сообщений, докладов, рефератов, эссе			6
<b>Модуль 3. Государственное регулирование в сфере рекламной деятельности</b>				
<b>Тема 3.1. Государственное регулирование в сфере рекламной деятельности.</b> Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 3.1 – ПК 3.2	<i>Содержание учебного материала</i>	<b>8</b>		
	1. Развитие государственного регулирования рекламной деятельности. Международный кодекс рекламной практики. Компетенция ФАС. 2. Права саморегулируемой организации в сфере рекламы. Рекламный совет России. Комитет по рекламе Торгово-промышленной палаты России. 3. Российская ассоциация рекламодателей. Ассоциация рекламных агентств России. Международная ассоциация рекламы. Авторское право и смежные права в рекламе	8	1	
	<i>Практическое занятие:</i>	<b>8</b>		<b>10</b>
	1. Изучение и конспектирование Международного кодекса рекламной практики 2. Решение ситуативных задач Разработка текста договора авторского заказа на производство эскиза наружной вывески	8		10
	<i>Самостоятельная работа:</i>	<b>8</b>		<b>6</b>

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения	Балл
	1. Конспект лекционного материала 2. Написание на основе собранного материала сообщений, докладов, рефератов, эссе.	8		6
<b>Тема 3.2. Правовые процедуры рассмотрения и разрешения споров о рекламе.</b> Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 3.1–ПК 3.2	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>8</b>		
	1. Понятие защиты гражданских прав. Способы защиты гражданских прав. Понятие и виды экономических споров. Юрисдикционные органы. 2. Судебная система в РФ. Порядок рассмотрения экономических споров арбитражным судом. Досудебный порядок урегулирования споров. 3. Исковая давность. Административная ответственность за нарушение законодательства в области рекламы.	8	1	
	<b>Практическое занятие:</b>	<b>8</b>		<b>20</b>
	1. Разработка и составление текста протокола об административном правонарушении в сфере рекламной деятельности Решение ситуативных задач 2. Составление схемы «Судебная система в РФ»	8		10
	<b>Самостоятельная работа:</b>	<b>8</b>		<b>6</b>
	1. Конспект лекционного материала 2. Написание на основе собранного материала сообщений, докладов, рефератов, эссе	8		6
<b>Самостоятельная работа: при изучении МДК.03.02, всего</b>	<b>40</b>			

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения	Балл
<p>1. Работа с конспектами и со специальной литературой по рекламе.</p> <p>2. Ознакомление и анализ с видами рекламной деятельности в интернете.</p> <p>3. Изучение основной и дополнительной литературы; поиск информации в интернете и периодических изданиях.</p> <p>4. Подготовка к практическим занятиям с использованием методических рекомендаций преподавателя</p>				
<b>Всего</b>		<b>120/40</b>		<b>100 Экзамен</b>
<b>Производственная практика (по профилю специальности) итоговая по модулю</b>		72		-
	<p>Проанализировать основные элементы комплекса маркетинговых мероприятий. Проанализировать специфику комплекса маркетинга для рекламы.</p> <p>Проанализировать рекламные услуги: классификация, основные формы реализации.</p> <p>Проанализировать рекламный продукт и требования, предъявляемые рынком к нему. Проанализировать особенности изготовления рекламного продукта в зависимости от стратегии рекламной кампании и средств распространения рекламы. Проанализировать проблемы при разработке и изготовлении рекламного продукта.</p> <p>Проанализировать общие принципы ценообразования на рекламную продукцию и рекламные услуги.</p> <p>Проанализировать правовое понятие и признаки рекламной информации. Проанализировать правовую классификация рекламной информации: на аудиторию, по территории распространения, по целевому назначению. Проанализировать общие и специальные требования к рекламе, закрепленные в рекламном законодательстве. Проанализировать правовое регулирование политической и социальной рекламы. Рассмотреть перечень товаров, работ, услуг, которые запрещено рекламировать на территории Российской Федерации. Описать правовые требования, предъявляемые к наружной рекламе. Подготовить правовую характеристику рекламы на транспортных средствах</p> <p>Проанализировать порядок рассмотрения и разрешения споров в сфере рекламы, рассмотрение и разрешение споров в сфере рекламы судами общей юрисдикции, рассмотрение споров в сфере рекламы арбитражными судами, рассмотрение особенностей дел об оспаривании предписаний антимонопольных органов</p>			<p>Форма отчетности – отчет по практике, дневник прохождения практики</p>

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения	Балл
Всего по МДК 03.01		126/42	Дифф.зачет	100
Всего по МДК 03.02		120/40	Экзамен	100
Курсовая работа		-	-	
Учебная практика		-	-	
Производственная практика		72	-	
Консультации		-	-	
<b>ВСЕГО: ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 6, ОК 7, ОК 8, ОК 9, ОК 10, ОК 11, ПК 3.1, ПК 3.2</b>		<b>246/82</b>		<b>Экзамен квалиф.</b>

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие методы:

1. ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
2. репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством);
3. продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач).

#### IV. Условия реализации программы

**Требования к минимальному материально-техническому обеспечению.**

#### **МДК.03.01. Маркетинг в рекламе; МДК.03.02. Правовое обеспечение рекламной деятельности**

##### **Кабинет социально-экономических дисциплин**

##### Основное оборудование:

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя;

##### Технические средства обучения:

Персональный компьютер, набор демонстрационного оборудования (проектор, экран)

##### **Кабинет методический**

##### Основное оборудование:

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя

##### Технические средства обучения:

Персональный компьютер, набор демонстрационного оборудования



(проектор, экран)

### **Помещение для самостоятельной работы обучающихся**

#### Основное оборудование:

оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде

### **ПП.03.01 Производственная практика (по профилю специальности);** **ПМ.03.ЭК Экзамен квалификационный**

#### **Кабинет социально-экономических дисциплин**

##### Основное оборудование:

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя;

##### Технические средства обучения:

Персональный компьютер, набор демонстрационного оборудования (проектор, экран)

#### **Кабинет методический**

##### Основное оборудование:

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя

##### Технические средства обучения:

Персональный компьютер, набор демонстрационного оборудования (проектор, экран)

#### **Помещение для самостоятельной работы обучающихся**

##### Основное оборудование:

оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде

**При проведении образовательного процесса по дисциплине необходимо наличие:**

##### *лицензионное программное обеспечение:*

- Microsoft Windows 7 pro;
- Операционная система Microsoft Windows 10 pro;
- Операционная система Microsoft Windows Server 2012 R2;
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional 13;
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional 16;
- Комплексная Система Антивирусной Защиты Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition.

##### *электронно-библиотечная система:*

- Электронная библиотечная система (ЭБС) «Университетская библиотека ONLINE» <http://biblioclub.ru/>
  - Электронно-образовательная система ЮРАЙТ <https://urait.ru/>
  - Электронная библиотечная система (ЭБС) «Университетская библиотека ONLINE» <https://www.studentlibrary.ru>
- современные профессиональные баз данных:**
- Официальный интернет-портал базы данных правовой информации <http://pravo.gov.ru>.
  - Портал Единое окно доступа к образовательным ресурсам <http://window.edu.ru/>
- информационные справочные системы:**
- Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования <http://fgosvo.ru>.
  - Компьютерная справочная правовая система «Консультант Плюс» (<http://www.consultant.ru/>)

**Активные и интерактивные образовательные технологии, используемые на занятиях:**

Вид занятия*	Используемые активные и интерактивные образовательные технологии
ТО	Технология коллективного обучения, проблемного и проектного обучения, технология развития критического мышления, разбор конкретных ситуаций, групповые дискуссии
ПР	Компьютерные и проектные технологии, мультимедийные технологии, технология коллективного обучения игровые технологии, групповые дискуссии

\* ТО – теоретическое обучение, ПР – практические занятия, ЛР – лабораторные занятия.

**Перечень рекомендуемых учебных пособий, дополнительной литературы, Интернет-источников**

**Основная литература:**

1. Алексунин, В. А. Маркетинг : учебник / В. А. Алексунин. – 6-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2019. – 200 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573217>
2. Рузакова, О. А. Правоведение : учебник : [16+] / О. А. Рузакова, А. Б. Рузаков. – 4-е изд., стер. – Москва : Университет Синергия, 2019. – 208 с. : ил. – (Легкий учебник). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=571515>

**Дополнительная литература:**

1. Чернопятов, А. М. Маркетинг : учебник : [16+] / А. М. Чернопятов. – 2-е изд., стер. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. – 439 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=564259>
2. Дробышева, Л. А. Экономика, маркетинг, менеджмент : учебное

пособие : [12+] / Л. А. Дробышева. – 8-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2022. – 150 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684485>

**Официальные издания:**

1. Российская газета
2. Собрание законодательства Российской Федерации

**Периодические издания:**

1. Маркетинг в России и за рубежом: научный журнал / гл.ред.Голубков Е.П.; учред. ООО "Финпресс".-М.,2020.-№ 1-6. 2021. - № 1-4
2. Среднее профессиональное образование: ежемесячный теоретический и научно-методический журнал/гл. ред. А.А. Скамницкий/ООО "АЛМАКС", Москва/2020. - № 1-12, 2021. - № 1-8
3. Вузовский Вестник: российская информационно-аналитическая газета ректоров, проректоров, преподавателей, аспирантов, студентов, абитуриентов / гл.ред. Андрей Шолохов; учред..ООО "ЮниВестМедиа".- М.:ООО "ЮниВестМедиа", 2020, 2021

**Электронные базы периодических изданий:**

1. Электронная библиотечная система (ЭБС) «Университетская библиотека ONLINE» <https://biblioclub.ru/>
2. Научная электронная библиотека <https://elibrary.ru/titles.asp>

**Современные профессиональные базы данных и информационные ресурсы сети Интернет:**

№	Наименование портала (издания, курса, документа)	Ссылка
1.	Официальный интернет-портал базы данных правовой информации	<a href="http://pravo.gov.ru">http://pravo.gov.ru</a>
2	Российский портал открытого образования	<a href="http://www.edu.ru">http://www.edu.ru</a>
3.	Электронная библиотека Библиотекарь.Ру – книги, периодика, графика, справочная и техническая литература для учащихся средних и высших учебных заведений.	<a href="http://bibliotekar.ru">http://bibliotekar.ru</a>
4.	РБК Исследование рынков	<a href="http://www.marketing.rbc.ru">http://www.marketing.rbc.ru</a>
5.	Официальный сайт Федеральной антимонопольной службы (ФАС РФ)	<a href="https://fas.gov.ru">https://fas.gov.ru</a>

**Порядок проведения учебных занятий по профессиональному модулю ПМ.03 «Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта» (МДК.03.01. Маркетинг в рекламе МДК.03.02. Правовое обеспечение рекламной деятельности) при освоении образовательной программы инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья**

Создание доступной среды для инвалидов и лиц с ОВЗ (далее – вместе лица/обучающиеся с ОВЗ) является одним из приоритетных направлений современной социальной политики. Доступное профессиональное

образование для лиц с ОВЗ – одно из направлений социальной интеграции данной категории граждан в общество, поскольку образование – наиболее действенный социальный ресурс. Профессиональное образование позволяет лицам с ОВЗ повысить конкурентоспособность на рынке труда, создает основу для равных возможностей, повышает личностный статус.

Содержание рабочей программы профессионального модуля и условия организации обучения по данной рабочей программе профессионального модуля для инвалидов определяются, в том числе в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида (при наличии), для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья - на основе образовательных программ, адаптированных при необходимости для обучения указанных обучающихся (части 1 и 8 статьи 79 Федерального закона от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»).

При обучении по данному профессиональному модулю обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются бесплатно специальные учебники и учебные пособия, иная учебная литература.

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации, обучающихся с ОВЗ в Омском филиале Университета Синергия созданы фонды оценочных средств, адаптированные для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья и позволяющие оценить достижение ими запланированных в ОПОП результатов обучения и уровень сформированности всех компетенций, заявленных в образовательной программе.

Текущий контроль успеваемости осуществляется преподавателем и/или обучающимся инвалидом или обучающимся с ограниченными возможностями здоровья в процессе проведения практических занятий и лабораторных работ, а также при выполнении индивидуальных работ и домашних заданий, или в режиме тренировочного тестирования в целях получения информации о выполнении обучаемым требуемых действий в процессе учебной деятельности; правильности выполнения требуемых действий; соответствии формы действия данному этапу усвоения учебного материала; формировании действия с должной мерой обобщения, освоения (в том числе автоматизированности, быстроты выполнения) и т.д. Текущий контроль успеваемости для обучающихся инвалидов и обучающихся с ограниченными возможностями здоровья имеет большое значение, поскольку позволяет своевременно выявить затруднения и отставание в обучении и внести коррективы в учебную деятельность.

Форма проведения текущей и промежуточной аттестации для студентов-инвалидов устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.). При необходимости студенту-инвалиду предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на мероприятиях промежуточной аттестации.

Во исполнение приказов Минобрнауки России от 09.11.2015 № 1309

«Об утверждении Порядка обеспечения условий доступности для инвалидов объектов и предоставляемых услуг в сфере образования, а также оказания им при этом необходимой помощи», от 02.12.2015 № 1399 «Об утверждении Плана мероприятий («дорожной карты») Министерства образования и науки Российской Федерации по повышению значений показателей доступности для инвалидов объектов и предоставляемых на них услуг в сфере образования»), письма Минобрнауки России от 12.02.2016 № ВК-270/07 «Об обеспечении условий доступности для инвалидов объектов и услуг в сфере образования» проведены обследование объектов Омского филиала Университета Синергия и услуг в сфере образования, оказываемых ему, на предмет их доступности для лиц с ОВЗ, и паспортизация его зданий.

На основе Паспорта доступности для инвалидов объекта и предоставляемых на нем услуг в сфере образования, разработанного по форме согласно письму Минобрнауки России от 12.02.2016 № ВК-270/07, согласованного с общественной организацией Всероссийского общества инвалидов, утверждён план действий Университета Синергия по повышению значений показателей доступности для инвалидов его объектов и услуг в сфере образования, оказываемых им (Дорожная карта), на период до 2030 г. По итогам проведённой паспортизации Омский филиал Университета Синергия признан условно доступным для лиц с ограниченными возможностями здоровья, что является достаточным основанием для возможности пребывания указанных категорий граждан в Омском филиале Университета Синергия и предоставления им образовательных услуг с учетом дальнейшего увеличения степени его доступности на основе реализации мероприятий Дорожной карты.

Создание безбарьерной среды в Омском филиале Университета Синергия учитывает потребности следующих категорий инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья:

- с нарушениями зрения;
- с нарушениями слуха;
- с ограничением двигательных функций.

Обеспечение доступности прилегающей к Омскому филиалу Университета Синергия территории, входных путей, путей перемещения внутри здания для различных нозологий.

Территория Омского филиала Университета Синергия соответствует условиям беспрепятственного, безопасного и удобного передвижения маломобильных студентов, обеспечения доступа к зданиям и сооружениям, расположенным на нем. Обеспечено доступность путей движения, наличие средств информационно-навигационной поддержки, дублирование лестниц подъемными устройствами, оборудование лестниц поручнями, контрастная окраска дверей и лестниц, выделение мест для парковки автотранспортных средств инвалидов и лиц с ОВЗ.

В Омском филиале Университета Синергия обеспечен один вход, доступный для лиц с нарушением опорно-двигательного аппарата.

Помещения, где могут находиться люди на креслах-колясках, размещены на уровне доступного входа. При ином размещении помещений по высоте здания, кроме лестниц, предусмотрены, подъемные платформы для людей с ограниченными возможностями и лифт.

Комплексная информационная система для ориентации и навигации инвалидов и лиц с ОВЗ в архитектурном пространстве Омского филиала Университета Синергия включает визуальную, звуковую и тактильную информацию.

Наличие оборудованных санитарно-гигиенических помещений для студентов различных нозологий.

На каждом этаже обустроена одна туалетная кабина, доступная для маломобильных обучающихся. В универсальной кабине и других санитарно-бытовых помещениях, предназначенных для пользования всеми категориями студентов с ограниченными возможностями, установлены откидные опорные поручни, откидные сидения.

Наличие специальных мест в аудиториях для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

В каждом специальном помещении (учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования) предусмотрена возможность оборудования по 1 - 2 места для студентов-инвалидов по каждому виду нарушений здоровья - опорно-двигательного аппарата, слуха и зрения.

В стандартной аудитории первые столы в ряду у окна и в среднем ряду предусмотрены для обучающихся с нарушениями зрения и слуха, а для обучающихся, передвигающихся в кресле-коляске, - выделено 1 - 2 первых стола в ряду у дверного проема.

Для слабослышащих студентов использование сурдотехнических средств является средством оптимизации учебного процесса, средством компенсации утраченной или нарушенной слуховой функции.

Технологии беспроводной передачи звука (FM-системы) являются эффективным средством для улучшения разборчивости речи в условиях профессионального обучения.

Учебная аудитория, в которой обучаются студенты с нарушением слуха, оборудована радиоклассом, компьютерной техникой, аудиотехникой (акустический усилитель и колонки), видеотехникой (мультимедийный проектор, экран), мультимедийной системой. Особую роль в обучении слабослышащих также играют видеоматериалы.

В Университете Синергия в наличии брайлевская компьютерная техника, программы-синтезаторы речи.

Компьютерные тифлотехнологии базируются на комплексе аппаратных

и программных средств, обеспечивающих преобразование компьютерной информации в доступные для незрячей и слабовидящей формы (звуковое воспроизведение, рельефно-точечный или укрупненный текст), и позволяют обучающимся с нарушением зрения самостоятельно работать на обычном персональном компьютере с программами общего назначения.

Тифлотехнические средства, используемые в учебном процессе студентов с нарушениями зрения: средства для усиления остаточного зрения и средства преобразования визуальной информации в аудио и тактильные сигналы.

Для слабовидящих студентов в лекционных и учебных аудиториях предусмотрена возможность просмотра удаленных объектов (например, текста на доске или слайда на экране) при помощи видеоувеличителей для удаленного просмотра.

Для студентов с нарушениями опорно-двигательного аппарата используются альтернативных устройств ввода информации.

При процессе обучения по данному профессиональному модулю используются специальные возможности операционной системы Windows, такие как экранная клавиатура, с помощью которой можно вводить текст, настройка действий Windows при вводе с помощью клавиатуры или мыши.

При наличии обучающихся с ограниченными возможностями здоровья, необходимо предусмотреть выбор мест прохождения практик (включенных в данный профессиональный модуль), который должен учитывать состояние здоровья и требования по доступности. При наличии обучающихся с ограниченными возможностями здоровья, необходимо предусмотреть выбор мест прохождения практик (включенных в данный профессиональный модуль), который должен учитывать состояние здоровья и требования по доступности.

### **Общие требования к организации образовательного процесса**

Целью изучения профессионального модуля является приобретение обучающимися глубоких знаний о маркетинговом и правовом обеспечении реализации рекламного продукта, а также знаний об основных правилах профессиональной этики и приёмов делового общения.

При проведении занятий по профессиональному модулю используются различные формы обучения: лекции, уроки, семинары, практические занятия, в том числе с приглашением работников из ведущих рекламных компаний, деловые игры, ознакомительные экскурсии.

В процессе обучения профессионального модуля предусмотрена производственная практика в объеме 72 часов.

Изучение программы модуля завершается квалификационным экзаменом, который предполагает представление портфолио профессиональных достижений студента и защиту методических материалов (См.Приложения).

При наличии обучающихся с ограниченными возможностями здоровья,

необходимо предусмотреть выбор мест прохождения практик (включенных в данный профессиональный модуль), который должен учитывать состояние здоровья и требования по доступности.

### **Кадровое обеспечение образовательного процесса**

Реализация ППССЗ по специальности должна обеспечиваться педагогическими кадрами, имеющими высшее образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины (модуля). Опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы является обязательным для преподавателей, отвечающих за освоение обучающимся профессионального учебного цикла. Преподаватели получают дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации, в том числе в форме стажировки в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

### **V. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля**

Образовательное учреждение, реализующее подготовку по программе профессионального модуля, обеспечивает организацию и проведение текущего контроля и промежуточной аттестации.

Текущий контроль производится преподавателем в процессе обучения.

Обучение по профессиональному модулю завершается квалификационным экзаменом, который проводит экзаменационная комиссия.

Формы и методы текущего и итогового контроля по профессиональному модулю разрабатываются Омским филиалом Университета Синергия и доводятся до сведения обучающихся не позднее начала двух месяцев от начала обучения.

Для текущего и итогового контроля образовательным учреждением создаются фонды оценочных средств (ФОС).

ФОС включают в себя педагогические контрольно – измерительные материалы, предназначенные для определения соответствия (или несоответствия) индивидуальных образовательных достижений основным показателям результатов подготовки (таблицы).

<b>Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)</b>	<b>Формы и методы контроля и оценки результатов обучения</b>
<i>иметь практический опыт:</i>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• выявления требований целевых групп потребителей;</li> <li>ОК 1 – ОК 11, ПК 3.1 – ПК 3.2</li> </ul>	<p><u>Формы контроля обучения:</u>  <i>Текущий контроль:</i>                      Практические занятия: практические занятия с практическими заданиями с использованием персонального компьютера, групповые дискуссии, психологические тренинги: прохождение практики (дневник практики, отчет по практике)                      Самостоятельная работа: эссе, выполнение</p>



Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
	<p>домашних заданий  <i>Промежуточная аттестация</i>  <u>Методы оценки результатов обучения:</u> -          формализованное наблюдение за деятельностью студента и оценка на практическом занятии;          - оценка самостоятельности и творческого подхода;          - оценка выполнения индивидуальных заданий;          - оценка степени участия в групповых дискуссиях, психологических тренингах деловых играх;          - проверка и оценка отчета и дневника практик          накопительная оценка</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• разработки средств продвижения рекламного продукта;              ОК 1 – ОК 11, ПК 3.1 – ПК 3.2</li> </ul>	<p><u>Формы контроля обучения:</u>  <i>Текущий контроль:</i>          Практические занятия: практические занятия с практическими заданиями с использованием персонального компьютера, групповые дискуссии, психологические тренинги: прохождение практики (дневник практики, отчет по практике)          Самостоятельная работа: эссе, выполнение домашних заданий  <i>Промежуточная аттестация</i>  <u>Методы оценки результатов обучения:</u> -          формализованное наблюдение за деятельностью студента и оценка на практическом занятии;          - оценка самостоятельности и творческого подхода;          - оценка выполнения индивидуальных заданий;          - оценка степени участия в групповых дискуссиях, психологических тренингах деловых играх;          - проверка и оценка отчета и дневника практик          накопительная оценка</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• разработки маркетинговой части бизнес-плана;              ОК 1 – ОК 11, ПК 3.1 – ПК 3.2</li> </ul>	<p><u>Формы контроля обучения:</u>  <i>Текущий контроль:</i>          Практические занятия: практические занятия с практическими заданиями с использованием персонального компьютера, групповые дискуссии, психологические тренинги: прохождение практики (дневник практики, отчет по практике)          Самостоятельная работа: эссе, выполнение домашних заданий  <i>Промежуточная аттестация</i>  <u>Методы оценки результатов обучения:</u> -          формализованное наблюдение за деятельностью студента и оценка на практическом занятии;          - оценка самостоятельности и творческого подхода;          - оценка выполнения индивидуальных заданий;          - оценка степени участия в групповых</p>

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
	<p>дискуссиях, психологических тренингах деловых играх; - проверка и оценка отчета и дневника практик накопительная оценка</p>
<i>уметь:</i>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей: ОК 1 – ОК 11, ПК 3.1 – ПК 3.2</li> </ul>	<p><u>Формы контроля обучения:</u> <i>Текущий контроль:</i> Практические занятия: практические занятия с практическими заданиями с использованием персонального компьютера, групповые дискуссии, психологические тренинги: прохождение практики (дневник практики, отчет по практике) Самостоятельная работа: эссе, выполнение домашних заданий <i>Промежуточная аттестация</i> <u>Методы оценки результатов обучения:</u> - формализованное наблюдение за деятельностью студента и оценка на практическом занятии; - оценка самостоятельности и творческого подхода; - оценка выполнения индивидуальных заданий; - оценка степени участия в групповых дискуссиях, психологических тренингах деловых играх; - проверка и оценка отчета и дневника практик накопительная оценка</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп; ОК 1 – ОК 11, ПК 3.1 – ПК 3.2</li> </ul>	<p><u>Формы контроля обучения:</u> <i>Текущий контроль:</i> Практические занятия: практические занятия с практическими заданиями с использованием персонального компьютера, групповые дискуссии, психологические тренинги: прохождение практики (дневник практики, отчет по практике) Самостоятельная работа: эссе, выполнение домашних заданий <i>Промежуточная аттестация</i> <u>Методы оценки результатов обучения:</u> - формализованное наблюдение за деятельностью студента и оценка на практическом занятии; - оценка самостоятельности и творческого подхода; - оценка выполнения индивидуальных заданий; - оценка степени участия в групповых дискуссиях, психологических тренингах деловых играх; - проверка и оценка отчета и дневника практик накопительная оценка</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• проводить сегментирование рынка; ОК 1 – ОК 11, ПК 3.1 – ПК 3.2</li> </ul>	<p><u>Формы контроля обучения:</u> <i>Текущий контроль:</i> Практические занятия: практические занятия с</p>

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
	<p>практическими заданиями с использованием персонального компьютера, групповые дискуссии, психологические тренинги: прохождение практики (дневник практики, отчет по практике) Самостоятельная работа: эссе, выполнение домашних заданий <i>Промежуточная аттестация</i> <u>Методы оценки результатов обучения:</u> - формализованное наблюдение за деятельностью студента и оценка на практическом занятии; - оценка самостоятельности и творческого подхода; - оценка выполнения индивидуальных заданий; - оценка степени участия в групповых дискуссиях, психологических тренингах деловых играх; - проверка и оценка отчета и дневника практик накопительная оценка</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта; ОК 1 – ОК 11, ПК 3.1 – ПК 3.2</li> </ul>	<p><u>Формы контроля обучения:</u> <i>Текущий контроль:</i> Практические занятия: практические занятия с практическими заданиями с использованием персонального компьютера, групповые дискуссии, психологические тренинги: прохождение практики (дневник практики, отчет по практике) Самостоятельная работа: эссе, выполнение домашних заданий <i>Промежуточная аттестация</i> <u>Методы оценки результатов обучения:</u> - формализованное наблюдение за деятельностью студента и оценка на практическом занятии; - оценка самостоятельности и творческого подхода; - оценка выполнения индивидуальных заданий; - оценка степени участия в групповых дискуссиях, психологических тренингах деловых играх; - проверка и оценка отчета и дневника практик накопительная оценка</p>
<p><b>знать:</b></p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• задачи, цели и общие требования к рекламе; ОК 1 – ОК 11, ПК 3.1 – ПК 3.2</li> </ul>	<p><u>Формы контроля обучения:</u> <i>Текущий контроль:</i> Практические занятия: практические занятия с практическими заданиями с использованием персонального компьютера, групповые дискуссии, психологические тренинги: прохождение практики (дневник практики, отчет по практике) Самостоятельная работа: эссе, выполнение домашних заданий <i>Промежуточная аттестация</i></p>

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
	<p><u>Методы оценки результатов обучения:</u> -            формализованное наблюдение за деятельностью студента и оценка на практическом занятии;            - оценка самостоятельности и творческого подхода;            - оценка выполнения индивидуальных заданий;            - оценка степени участия в групповых дискуссиях, психологических тренингах деловых играх;            - проверка и оценка отчета и дневника практик            накопительная оценка</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• основные направления рекламной деятельности;                ОК 1 – ОК 11, ПК 3.1 – ПК 3.2</li> </ul>	<p><u>Формы контроля обучения:</u>  <i>Текущий контроль:</i>            Практические занятия: практические занятия с практическими заданиями с использованием персонального компьютера, групповые дискуссии, психологические тренинги: прохождение практики (дневник практики, отчет по практике)            Самостоятельная работа: эссе, выполнение домашних заданий  <i>Промежуточная аттестация</i>  <u>Методы оценки результатов обучения:</u> -            формализованное наблюдение за деятельностью студента и оценка на практическом занятии;            - оценка самостоятельности и творческого подхода;            - оценка выполнения индивидуальных заданий;            - оценка степени участия в групповых дискуссиях, психологических тренингах деловых играх;            - проверка и оценка отчета и дневника практик            накопительная оценка</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• виды рекламной деятельности;                ОК 1 – ОК 11, ПК 3.1 – ПК 3.2</li> </ul>	<p><u>Формы контроля обучения:</u>  <i>Текущий контроль:</i>            Практические занятия: практические занятия с практическими заданиями с использованием персонального компьютера, групповые дискуссии, психологические тренинги: прохождение практики (дневник практики, отчет по практике)            Самостоятельная работа: эссе, выполнение домашних заданий  <i>Промежуточная аттестация</i>  <u>Методы оценки результатов обучения:</u> -            формализованное наблюдение за деятельностью студента и оценка на практическом занятии;            - оценка самостоятельности и творческого подхода;            - оценка выполнения индивидуальных заданий;            - оценка степени участия в групповых дискуссиях, психологических тренингах деловых играх;</p>

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
	- проверка и оценка отчета и дневника практик накопительная оценка
<ul style="list-style-type: none"> <li>структуру рекламного рынка ОК 1 – ОК 11, ПК 3.1 – ПК 3.2</li> </ul>	<p><u>Формы контроля обучения:</u>  <i>Текущий контроль:</i>          Практические занятия: практические занятия с практическими заданиями с использованием персонального компьютера, групповые дискуссии, психологические тренинги: прохождение практики (дневник практики, отчет по практике)          Самостоятельная работа: эссе, выполнение домашних заданий  <i>Промежуточная аттестация</i>  <u>Методы оценки результатов обучения:</u> -          формализованное наблюдение за деятельностью студента и оценка на практическом занятии;          - оценка самостоятельности и творческого подхода;          - оценка выполнения индивидуальных заданий;          - оценка степени участия в групповых дискуссиях, психологических тренингах деловых играх;          - проверка и оценка отчета и дневника практик          накопительная оценка</p>

## Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по профессиональному модулю

Промежуточная аттестация по модулю проводится в форме экзамена квалификационного; МДК.03.01 – дифференцированный зачет, МДК.03.02 – экзамен.

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Критерии оценки, балл
1.	<p>Экзамен квалификационный (вопросы по МДК +производственная практика (по профилю специальности) – отчет)) ОК 1 – ОК 11, ПК 3.1 – ПК 3.2</p>	<p>Экзамен квалификационный включает в себя: выполнение заданий 1,2 типа МДК.03.01, МДК.03.02 и задания 3 типа - защиту отчета по производственной практике (по профилю специальности):</p> <p>Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплин профессионального модуля, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплин профессионального модуля, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;</p> <p>Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплин профессионального модуля и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности;</p> <p>Задание №3 – защита отчета по производственной практике</p>	<p>Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале: Задание 1: 0-30 баллов Задание 2: 0-30 баллов Задание 3: 0-40 баллов</p> <p><b>-90 и более (отлично) –</b> <b>Задания 1, 2</b> - ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Практическое задание выполнено правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат.</p> <p><b>Задание 3:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• выполнил индивидуальный план прохождения производственной практики;</li> <li>• осуществил подборку необходимых нормативных правовых документов в соответствии с объектом исследования;</li> <li>• в период прохождения производственной практики выполнил спектр функций, которые в полной мере соответствуют области профессиональной деятельности;</li> <li>• во время защиты свободно, исчерпывающе и аргументированно ответил на все вопросы по существу;</li> <li>• правильно оформил дневник и отчет о прохождении производственной практики;</li> <li>• имеет положительную характеристику по освоению профессиональных компетенций в период</li> </ul>

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Критерии оценки, балл
			<p>прохождения производственной практики от Организации;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• имеет положительное заключение об уровне освоения обучающимся профессиональных компетенций, содержащееся в аттестационном листе</li> </ul> <p><b>-70 и более (хорошо)–</b>  <b>Задания 1,2</b> -ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Ход выполнения практического задания правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат.</p> <p><b>Задание 3:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• выполнил индивидуальный план прохождения производственной практики;</li> <li>• осуществил подборку необходимых нормативных правовых документов в соответствии с объектом исследования;</li> <li>• в период прохождения производственной практики выполнил спектр функций, которые в основном соответствуют области профессиональной деятельности;</li> <li>• во время защиты исчерпывающе ответил на все вопросы по существу;</li> <li>• оформил дневник и отчет о прохождении производственной практики с незначительными недостатками;</li> <li>• имеет положительную характеристику по освоению профессиональных компетенций в период прохождения производственной практики от Организации;</li> </ul>

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Критерии оценки, балл
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• имеет положительное заключение об уровне освоения обучающимся профессиональных компетенций, содержащееся в аттестационном листе</li> </ul> <p><b>-50 и более (удовлетворительно)</b></p> <p><b>Задание 1, 2–</b> ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Практическое задание выполнено частично.</p> <p><b>Задание 3:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• выполнил индивидуальный план прохождения производственной практики не в полном объеме;</li> <li>• не в полной мере осуществил подборку необходимых нормативных правовых документов в соответствии с объектом исследования;</li> <li>• в период прохождения производственной практики выполнил спектр функций, которые частично соответствуют области профессиональной деятельности;</li> <li>• во время защиты ответил на вопросы по существу без должной аргументации;</li> <li>• оформил дневник и отчет о прохождении производственной практики с недостатками;</li> <li>• имеет характеристику по освоению профессиональных компетенций в период прохождения производственной практики от Организации с указанием отдельных недостатков;</li> <li>• имеет положительное заключение об уровне освоения обучающимся профессиональных компетенций, содержащееся в аттестационном листе.</li> </ul>



№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Критерии оценки, балл
			<p><b>-Менее 50 (неудовлетворительно)</b></p> <p><b>Задание 1, 2</b> – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Практическое задание не выполнено.</p> <p><b>Задание 3:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• не выполнил индивидуальный план прохождения производственной практики;</li> <li>• не осуществил подборку необходимых нормативных правовых документов в соответствии с объектом исследования;</li> <li>• в период прохождения практики выполнил спектр функций, которые не соответствуют области профессиональной деятельности;</li> <li>• во время защиты не ответил на заданные вопросы или ответил неверно, не по существу;</li> <li>• неправильно оформил дневник и отчет о прохождении производственной практики;</li> <li>• имеет отрицательную характеристику по освоению профессиональных компетенций в период прохождения производственной практики от Организации;</li> <li>• имеет отрицательное заключение об уровне освоения обучающимся профессиональных компетенций, содержащееся в аттестационном листе</li> </ul>
2	Дифференцированный зачет (МДК.03.01) ОК 1 – ОК 11, ПК 3.1 – ПК 3.2	<p>Дифференцированный зачет – это зачет с оценкой, который представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя:</p> <p>Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий</p>	<p>Выполнение обучающимся заданий билета оценивается по следующей балльной шкале:</p> <p>Задание 1: 0-30 баллов  Задание 2: 0-30 баллов  Задание 3: 0-40 баллов</p> <p><b>«Зачтено»</b>  — <b>90-100 (отлично)</b>– ответ правильный, логически выстроен, использована</p>

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Критерии оценки, балл
		<p>предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;</p> <p>Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности;</p> <p>Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины</p>	<p>профессиональная терминология. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат.</p> <p>— <b>70 -89 (хорошо)</b> – ответ в целом правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат.</p> <p>— <b>50-69 (удовлетворительно)</b> – ответ в основном правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология.</p> <p><b>«Не зачтено»</b></p> <p>— <b>менее 50 (неудовлетворительно)</b> – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные.</p>
3.	Экзамен (МДК.03.02) ОК 1 – ОК 11, ПК 3.1 – ПК 3.2	<p>Экзамен представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя:</p> <p>Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;</p> <p>Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем,</p>	<p>Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале:</p> <p>Задание 1: 0-30 баллов Задание 2: 0-30 баллов Задание 3: 0-40 баллов</p> <p><b>-90 и более (отлично)</b> – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат.</p> <p><b>-70 и более (хорошо)</b>– ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Ход решения задачи правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат.</p>

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Критерии оценки, балл
		близких к профессиональной деятельности; Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины	<b>-50 и более (удовлетворительно)</b> – ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена частично. <b>-Менее 50 (неудовлетворительно)</b> – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задача не решена

### Задания для проведения промежуточной аттестации по МДК.03.01 «Маркетинг в рекламе» - дифференцированный зачет

#### ЗАДАНИЕ 1 ТИПА – ВЫПОЛНЕНИЕ ТЕСТОВЫХ ЗАДАНИЙ ЗАКРЫТОГО ТИПА

№ п/п	Содержание вопроса	Варианты ответов	Ключи	Код компетенции	Время выполнения (мин.)
1.	Паттерн цикла покупки, паттерн известности, сезонный паттерн применяют для:	а) не устойчивых товаров; б) устойчивых товаров; в) сезонных скидков; г) повышения имиджа; д) развития логистики.	Б	ПК 3.1	2
2.	Объекты ландшафтного дизайна это:	А) Дизайн мебели Б) Стилистические композиции садов, газонов, дорожек, клумб, беседок и водоемов В) Дизайн аксессуаров Г) Дизайн предметов для дома	Б	ПК 3.1	2
3.	Охват – это:	а) Reach; б) GRP; в) Share; г) Frequency; д) GPS.	А	ПК 3.1	2
4.	Интерактивная система, которая использует различные средства распространения информации для получения прямого потребительского отклика – это	а) реклама; б) директ-маркетинг; в) стимулирование сбыта; г) event-маркетинг.	Б	ПК 3.1	2
5.	Определение	а) медиачелью;	В	ПК 3.2	2

№ п/п	Содержание вопроса	Варианты ответов	Ключи	Код компетенции	Время выполнения (мин.)
	маркетинговой проблемы является:	б) решением по выбору СМИ; в) одной из составляющих концепции будущего медиаплана; г) задачей, не связанной с метапланированием;			
6.	Этапом подготовки рекламной кампании является:	а) изучение интегрированных маркетинговых коммуникаций; б) создание и вывод на рынок нового товара; в) составление медиаплана; г) выделение рекламного бюджета;	В	ПК 3.2	2
7.	Из-за высокой степени ротации аудитории размещение рекламы на ТВ:	а) требует большего количества повторов; б) требует больших средств; в) не просматривается телезрителями; г) не пользуется доверием телезрителей;	А	ПК 3.2	2
8.	Как называется процесс планирования и реализации коммуникационных стратегий для достижения целей связи с общественностью?	а) маркетинговые исследования б) продвижение товаров и услуг в) PR-кампания г) рекламная стратегия	В	ПК 3.2	2

### ЗАДАНИЕ 3 ТИПА – ВОПРОСЫ ОТКРЫТОГО ТИПА

№ п/п	Содержание вопроса	Ключи	Код компетенции	Время выполнения (мин.)
1.	Назовите медиаканалы в связях с общественностью.	пресса, радио, телевидение, интернет.	ПК 3.1	5
2.	Что относится к печатной рекламе фирмы?	это листовки, вкладыши, проспекты, плакаты, «визитки», буклеты, календари, фирменные блокноты и т.п.	ПК 3.1	
3.	Назовите специфичные признаки стандартного рекламного объявления.	рекламный текст, реквизиты рекламодателя, рисунки, фотографии.	ПК 3.1	
4.	Дайте определение понятию «рубричная реклама»	это реклама, размещенная под специальными рубриками, часто на специально отведенных страницах газеты или журнала.	ПК 3.1	

№ п/п	Содержание вопроса	Ключи	Код компетенции	Время выполнения (мин.)
5.	Выделите плюсы коммуникации посредством PR.	более объективные и достоверные, отсутствие явных призывов купить	ПК 3.1	5
6.	Что является минусами коммуникации посредством PR.	затраты направлены не на прямое привлечение клиентов, а результат достигается через продолжительное время	ПК 3.1	5
7.	Что такое презентация в связях с общественностью?	специальное мероприятие, которое предусматривает представление фирмы, лица, продукта.	ПК 3.1	5
8.	Оригинальное начертание, а также полное или сокращённое наименование фирмы, группы товаров этой фирмы это:	Фирменный знак	ПК 3.1	5
9.	Название плюс графическое изображение (эмблема или знак) это:	Логотип	ПК 3.1	5
10.	В чем состоит управленческая компетенция PR-специалиста?	Управленческая компетенция PR-специалиста предполагает стратегическое мышление.	ПК 3.2	5
11.	С какой целью разрабатывается пресс-релиз?	Пресс-релиз разрабатывается с целью информирования СМИ о деятельности персоны или компании.	ПК 3.2	5
12.	Отметьте основной принцип работы PR-специалиста с представителями средств массовой информации	нельзя допускать распространения в прессе ошибочных фактов, ложных слухов	ПК 3.2	5
13.	Отметьте основные направления связей с общественностью, которые необходимо реализовать	формирование общественного мнения, разработка эффективных механизмов взаимодействия с институтами СМИ - прессой, радио, телевидением	ПК 3.2	5
14.	Что такое паблисити?	формирование общественного мнения за счёт организации новостных публикаций, презентаций, брифингов и интервью	ПК 3.2	5

№ п/п	Содержание вопроса	Ключи	Код компетенции	Время выполнения (мин.)
15.	В чем заключается главная цель отношений с потребителями как отдельного направления PR-деятельности?	установление дружеских, доброжелательных отношений.	ПК 3.2	5
16.	В чем основное отличие рынка товаров промышленного назначения от рынков товаров широкого потребления?	на нем меньше покупателей и они крупнее и профессиональнее.	ПК 3.2	5
17.	Назовите правильную последовательность жизненного цикла товара.	внедрение, зрелость, рост, спад.	ПК 3.2	5
18.	Назовите условия, при которых предприятие может планировать стратегию приспособления к ценовой политике лидера	если у предприятия есть резервы снижения издержек и роль ценового лидера выполняет крупное и мощное предприятие	ПК 3.2	5
19.	Высшее руководство швейного предприятия считает, что, осуществляя предпринимательскую деятельность, следует учитывать, во – первых, свои интересы; во – вторых, интересы потребителей швейных изделий, и, третьих, необходимо обеспечивать сохранение окружающей среды. Какую маркетинговую концепцию реализует в данном случае предприятие?	В данном случае предприятие реализует концепцию социально – этического маркетинга.	ПК 3.2	5
20.	Чем обусловлена макросреда маркетинга?	обусловлена состоянием экономики, демографии, политики, права, культуры, науки и техники, окружающей среды.	ПК 3.2	5
21.	Дайте определение маркетингового исследования?	это сбор, упорядочение, анализ и обобщение данных для обнаружения и решения различных маркетинговых проблем.	ПК 3.2	5

№ п/п	Содержание вопроса	Ключи	Код компетенции	Время выполнения (мин.)
22.	В чем суть социальной рекламы?	представляет общественные и государственные интересы и направлена на достижение благотворительных целей	ПК 3.2	5
23.	Дайте определение напоминающей рекламы.	это реклама, используемая на последних этапах жизненного цикла товара	ПК 3.2	5
24.	Что такое рекламная политика?	это совокупность стратегических установок фирмы в сфере рекламы в рамках ее коммуникационной политики.	ПК 3.2	5
25.	Что называется сайтом?	совокупность объединенных по смыслу и тематике страниц, физически находящихся на одном сервере в Интернет-пространстве.	ПК 3.2	5
26.	Что такое коммуникационная политика?	совокупность стратегических долгосрочных установок фирмы в сфере осуществления ею коммуникаций в рамках ее маркетинговой политики.	ПК 3.2	5
27.	Что такое реклама на месте продажи?	совокупность средств и приемов рекламы, обращенных к покупателю с целью обеспечения покупки на месте	ПК 3.2	5
28.	Назовите основные целевые аудитории, на которых направлено издание годового отчёта	акционеры, партнеры и инвесторы, сотрудники компании	ПК 3.1	5
	Что такое рекламная статья?	текст, стилизованный под обычный журнально-газетный материал	ПК 3.1	5
29.	Что представляет собой многостраничное объявление?	одно или несколько связанных между собой рекламных сообщений, размещенных в рамках одного выпуска издания.	ПК 3.1	5
30.	Что такое сбытовая концепция рекламы?	это концепция ориентации на продажи при наиболее агрессивном воздействии рекламы на потребителя	ПК 3.1	5
31.	Что такое рекламный маркетинг?	деятельность по организации и управлению рынком рекламы для удовлетворения потребностей рекламодателей	ПК 3.1	5

№ п/п	Содержание вопроса	Ключи	Код компетенции	Время выполнения (мин.)
32.	Что стремится сделать рекламодатель с помощью рекламных средств?	стремится оказать воздействие на потенциальных потребителей объекта рекламирования	ПК 3.1	5
	К какому критерию сегментирования относится формирование сегмента по составу семьи?	относится к демографическому критерию сегментирования	ПК 3.1	5
33.	Назовите специфические приемы прямого маркетинга?	Конкурсы, премии и льготы	ПК 3.1	5
34.	К какому виду маркетинговых исследований рынка относится изучение справочников и статистической литературы?	к кабинетным исследованиям в маркетинге.	ПК 3.1	5
35.	Что такое обратная связь в маркетинге?	набор откликов покупателя, возникших в результате контакта с другими покупателями.	ПК 3.1	5
36.	Что такое стратегия диверсификации?	включение в производственную программу продуктов, которые не связаны с прежней деятельностью предприятия	ПК 3.1	

**Задания для проведения промежуточной аттестации по МДК.03.02  
«Правовое обеспечение рекламной деятельности» - экзамен**

**ЗАДАНИЕ 1 ТИПА – ВЫПОЛНЕНИЕ ТЕСТОВЫХ ЗАДАНИЙ ЗАКРЫТОГО ТИПА**

№ п/п	Содержание вопроса	Варианты ответов	Ключи	Код компетенции	Время выполнения (мин.)
1	Государственное регулирование рекламной деятельности осуществляет:	а) Министерство по антимонопольной политике РФ; б) Комитет по рекламе РФ в) Федеральная антимонопольная служба РФ г) Правительство РФ	В	ПК 3.1	2
2	Какой срок защиты авторского права?	а) в течение всей жизни автора и семьдесят лет после его смерти; б) в течение всей жизни автора;	А	ПК 3.2	2



№ п/п	Содержание вопроса	Варианты ответов	Ключи	Код компетенции	Время выполнения (мин.)
		в) в течение всей жизни автора и десять лет после его смерти; г) в течение двадцати лет			
3	Если реклама содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с товаром других юридических или физических лиц, то такая реклама называется:	а) недостоверной б) неэтичной в) скрытой г) недобросовестной	А	ПК 3.2	2
4	Конституция РФ запрещает:	а) Публикацию непроверенных сведений б) Цензуру в) Публикацию сведений о жизни первых лиц государства г) Критику чиновников	Б	ПК 3.1	2
5	В России в области правового регулирования деятельности СМИ существует приоритет:	а) Международных нормативно-правовых актов, ратифицированных РФ б) Законов РФ в) Местных подзаконных актов г) Постановлений Правительства	Б	ПК 3.2	2

### ЗАДАНИЕ 3 ТИПА – ВОПРОСЫ ОТКРЫТОГО ТИПА

№ п/п	Содержание вопроса	Ключи	Код компетенции	Время выполнения (мин.)
1	Какими законодательными актами определена правовая база регулирования налоговых отношений рекламной деятельности?	ч. 1 и ч. 2 НК РФ	ПК 3.1	5
2	Какой объем не должна превышать реклама в печатных СМИ, не зарегистрированных в качестве специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера	45% объема одного номера	ПК 3.1	5

№ п/п	Содержание вопроса	Ключи	Код компетенции	Время выполнения (мин.)
3	Что может потребовать гражданин, если в СМИ была помещена недостоверная и порочащая его информация	опубликования опровержения	ПК 3.2	5
4	Распространяется ли действие закона о рекламе на политическую сферу деятельности ?	действие закона не распространяется на политическую рекламу	ПК 3.2	5
5	Что понимают под правом авторства согласно Гражданскому кодексу РФ?	юридически обеспеченную возможность лица считаться автором произведения и вытекающую из этого возможность требовать признания этого факта от других	ПК 3.2	5
6	Дайте определение политической рекламе.	это краткая письменная форма согласительного порядка между рекламодателем и рекламистом, где прописываются основные параметры будущей рекламной кампании	ПК 3.2	5
7	Когда начинается политическая предвыборная агитация кандидатов (списка кандидатов) в средствах массовой информации?	начинается за 30 дней до дня голосования.	ПК 3.2	5

### Тестовые задания

№ п/п	Содержание вопроса	Варианты ответов	Код компетенции
1.	Основным объектом рекламного воздействия являются:	А) потребители, Б) рекламодатели; В) рекламисты Г) производители	ОК 1
2.	Экономической основой рекламной деятельности является:	А) потребность рекламодателя в реализации товара, Б) уровень экономического развития производства; В) товарный рынок; Г) развитие банковского дела	ОК 1

№ п/п	Содержание вопроса	Варианты ответов	Код компетенции
3.	Задачами изучения дисциплины «Маркетинг в рекламе» являются:	А) планирование и организация рекламной компании, Б) содействие узнаваемости товара и укрепление доверия к нему; В) изучение рекламной деятельности в условиях современного рынка; Г) стимулирование спроса на конкретный товар; <b>Д) разработка способов продвижения товара.</b>	ОК 2
4.	Студенты, изучающие дисциплину «Маркетинг в рекламе», должны знать:	А) средства и виды рекламы; Б) закономерности и тенденции развития рекламного дела в условиях рыночной экономики; В) формы и методы рекламы на внутреннем и внешнем рынках; Г) планирование рекламной деятельности; <b>Д) расчет рекламного бюджета.</b>	ОК 2
5.	Как соотносятся реклама и маркетинг?	А) рекламная деятельность основывается на маркетинговой стратегии; Б) маркетинговая стратегия разрабатывается после определения целей и задач рекламы; В) маркетинг и реклама существуют независимо друг от друга; <b>Г) соотношение маркетинга и рекламы определяется с учетом специфики конкретной организации (фирмы)</b>	ОК 3
6.	К рекламной деятельности относятся методы воздействия на потребителей:	<b>А) интеллектуальные;</b> Б) административные; В) психологические, Г) эмоциональные.	ОК 3
7.	Рекламу можно классифицировать по таким критериям, как:	А) характер целевой аудитории Б) тип агентства, которое организует рекламную кампанию В) способ воздействия на аудиторию <b>Г) перечень субъектов рекламного рынка, задействованных в рекламной кампании</b> Д) место распространения Е) интенсивность рекламного воздействия на целевую аудиторию	ОК 4
8.	Исторически первая форма массовой рекламы:	А) рекламные сувениры; Б) реклама в газетах; <b>В) печатная реклама;</b> Г) наружная реклама.	ОК 4

№ п/п	Содержание вопроса	Варианты ответов	Код компетенции
9.	Рекламой является:	А) письмо, направленное конкретному адресату с информацией о товаре/услуге фирмы; <b>Б) выступление по радио руководителя о товаре/услуге фирмы;</b> В) сообщение в газете о продаже товара/услуги фирмы.	ОК 5
10.	В развитых странах ведущей формой продвижения товаров в последние годы стала:	<b>А) телереклама,</b> Б) прямая реклама; В) реклама на выставках и ярмарках, Г) система паблик рилейшнз. Д) система интегрированных маркетинговых коммуникаций	ОК 5
11.	Реклама:	<b>А) добавляет невидимую ценность товару;</b> Б) использует рациональное обращение; В) создает имидж по истечении времени; Г) вызывает немедленное действие.	ОК 6
12.	Прямая реклама использует следующие формы:	А) письма, открытки, Б) каталоги, проспекты, В) рекламные ТВ-ролики; <b>Г) календари</b>	ОК 6
13.	Если понимать рекламу как информацию, распространяемую для определенного круга лиц (целевой аудитории рекламного воздействия), то рекламой нельзя будет называть:	А) информацию в изданиях, распространяемых только по подписке, <b>Б) информацию, адресованную конкретным сегментам потребительского рынка;</b> В) информацию, значимую только для определенных клиентов, Г) информацию, недоступную для отдельных категорий возможных клиентов.	ОК 7
14.	На стадии подготовки рынка к продажам нового товара задачей рекламы является:	А) стимулирование покупки; Б) информирование о местах продажи; <b>В) формирование потенциальных потребителей;</b> Г) стабилизация круга покупателей	ОК 7
15.	Какая реклама должна использоваться на стадии насыщения рынка товаром фирмы:	<b>А) информативная реклама,</b> Б) побудительная реклама; В) напоминающая реклама; Г) сравнительная реклама.	ОК 8

№ п/п	Содержание вопроса	Варианты ответов	Код компетенции
16.	Заказчиком рекламы является:	А) рекламодатель; Б) рекламное агентство; В) журнал, Г) типография, Д) потребитель.	ОК 8
17.	Кто является прямым участником рекламного процесса:	<b>А) рекламодатель;</b> Б) рекламное агентство; В) журнал; Г) типография; Д) потребитель	ОК 9
18.	Маркетинговые исследования бывают:	А) предварительные Б) вторичные <b>В) качественные</b> Г) экспертные Д) открытые Е) сплошные	ОК 9

**ФОРМЫ ОТЧЕТНОСТИ И ШАБЛОНЫ  
ДОКУМЕНТОВ ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ  
ПРАКТИКЕ  
(ПО ПРОФИЛЮ СПЕЦИАЛЬНОСТИ)**

**ПРИЛОЖЕНИЕ 1**  
(обучающийся проходит практику  
на базе Университета «Синергия»)



**УТВЕРЖДАЮ**  
Директор по УМР Омского филиала  
Университета «Синергия»  
\_\_\_\_\_ **Т.А. Скобелина**  
Ф.И.О.  
МП

**1.1. Шаблон индивидуального задания**

**Индивидуальное задание**

по практике

по профессиональному модулю \_\_\_\_\_

обучающегося группы \_\_\_\_\_

шифр и номер группы

\_\_\_\_\_  
(Ф.И.О.)

№ п/ п	Виды работ	Период выполнения работ
1.	<p><b>Ознакомительная лекция, включая инструктаж по соблюдению правил противопожарной безопасности, правил охраны труда, техники безопасности, санитарно-эпидемиологических правил и гигиенических нормативов.</b></p> <p>Ознакомиться с кругом обязанностей по определенным видам работ, связанным с будущей профессиональной деятельностью, а также уточнить правила в отношении субординации, внешнего вида, внутреннего трудового распорядка и режима конфиденциальности.</p> <p>Пройти инструктаж по соблюдению правил противопожарной безопасности, правил охраны труда, техники безопасности, санитарно-эпидемиологических правил и гигиенических нормативов (в случае медицинских противопоказаний к выполнению определенных видов деятельности – принести подтверждающую справку из медицинского учреждения).</p>	
2.	<p><b>Изучение организационной структуры подразделения прохождения практики.</b></p> <p>Знакомство с профилем деятельности организации в целом и со структурой подразделения прохождения практики.</p> <p>Изучение нормативных документов, регламентирующих деятельность организации.</p> <p>....</p> <p>....</p> <p>....</p>	
3.	<p><b>Сбор информации об объекте практики и анализ источников.</b></p> <p>....</p> <p>....</p> <p>....</p>	
4.	<p><b>Экспериментально-практическая работа. Приобретение необходимых умений и первоначального опыта практической работы по специальности в рамках освоения вида деятельности _____.</b></p> <p>....</p>	

№ п/ п	Виды работ	Период выполнения работ
	..... .....	
5.	<p><b>Обработка и систематизация полученного фактического материала.</b> С целью подготовки к сдаче экзамена (квалификационного) по профессиональному модулю _____ осуществить комплексный анализ результатов выполненных видов работ, оформить презентационные материалы.</p>	
6.	<p><b>Оформление отчетных документов о прохождении практики и экспертная оценка результатов ее прохождения.</b> <i>Оформить отчет о прохождении практики в формате презентации PowerPoint, содержащий базовую и информационно-вспомогательную информацию, согласно структуре, указанной в Приложении 1 к настоящему индивидуальному заданию.</i> Разместить полностью оформленный комплект отчетной документации по практике в электронной информационно-образовательной среде Университета «Синергия» на платформе lms.synergy.ru руководителю практики от Образовательной организации для экспертной оценки результатов ее прохождения.</p>	

Обучающийся индивидуальное задание получил(а): \_\_\_\_\_  
подпись
расшифровка



## 1.1. Шаблон приложения к индивидуальному заданию

### Приложение 1 к индивидуальному заданию

#### 1.1.1. Шаблон оформления титульного листа отчета

The image shows a red-bordered template for a report title page. At the top center is a red rectangular box. Below it, the logo of Synergia College is displayed, consisting of a square with a stylized 'S' and the word 'СИНЕРГИЯ' in blue. The text below the logo reads: 'НЕГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «МОСКОВСКИЙ ФИНАНСОВО-ПРОМЫШЛЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ «СИНЕРГИЯ» Колледж «Синергия» Кафедра/ Департамент \_\_\_\_\_'. The main title of the report is 'Отчет о прохождении \_\_\_\_\_ практики по профессиональному модулю', with the word 'Отчет' in red. Below the title is a line for the period: 'в период с «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. по «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.'. The specialty is indicated by 'Специальность \_\_\_\_\_'. At the bottom, there are three lines for personal information: 'ФИО обучающегося: \_\_\_\_\_', 'Группа: \_\_\_\_\_', and 'ФИО руководителя: \_\_\_\_\_'. The entire form is set against a red background with white icons of educational symbols like a globe, a graduation cap, and a book.

#### 1.1.2. Шаблон оформления структуры отчета

The image shows a template for the table of contents of the report. It consists of a large rectangular box with a red border. At the top center of the box, the word 'Содержание' is written. Below this, there is a horizontal line. The rest of the box is empty, intended for listing the report's sections and their page numbers. In the bottom right corner of the box, there is a small red icon of a rhinoceros.

## 1.2. Шаблон аттестационного листа



### Аттестационный лист

\_\_\_\_\_  
(Ф.И.О. обучающегося)  
обучающий(ая)ся \_\_\_\_\_ курса группы \_\_\_\_\_ по специальности \_\_\_\_\_, успешно прошел(ла)  
\_\_\_\_\_  
(наименование вида практики)  
по профессиональному модулю \_\_\_\_\_ в  
объеме \_\_\_\_\_ часов с « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ года по « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ года:

#### **I. Заключение-анализ результатов освоения программы практики:**

Индивидуальное задание по \_\_\_\_\_ практике по  
профессиональному модулю \_\_\_\_\_ обучающимся  
(нужное отметить ✓):

- выполнено;
- выполнено не в полном объеме;
- не выполнено;

**Работа с источниками информации (нужное отметить ✓):**

**Обучающийся:**

- осуществил подборку необходимых документов и статистических данных, которые могут быть использованы при подготовке к сдаче экзамена (квалификационного);
- осуществил подборку необходимых документов и статистических данных, которые частично могут быть использованы при подготовке к сдаче экзамена (квалификационного);
- не осуществил подборку необходимых документов и статистических данных, или данные материалы не могут быть использованы при подготовке к сдаче экзамена (квалификационного);

**Владение материалом по \_\_\_\_\_ практике (нужное отметить ✓):**

**Обучающийся:**

- умело анализирует полученный во время практики материал;
- анализирует полученный во время практики материал;
- недостаточно четко и правильно анализирует полученный во время практики материал;
- неправильно анализирует полученный во время практики материал;

**Задачи, поставленные на период \_\_\_\_\_ практики, обучающимся (нужное отметить ✓):**

- решены в полном объеме;
- решены в полном объеме, но не полностью раскрыты;
- решены частично, нет четкого обоснования и детализации;
- не решены;

**Спектр выполняемых обучающимся функций в период прохождения  
\_\_\_\_\_ практики области профессиональной  
деятельности по профессиональному модулю \_\_\_\_\_ (нужное**

отметить ✓):

- соответствует;
- в основном соответствует;
- частично соответствует;
- не соответствует;

**Оформление обучающимся отчета по \_\_\_\_\_ практике**  
(нужное отметить ✓):

- отчет о прохождении практики оформлен правильно;
- отчет о прохождении практики оформлен с незначительными недостатками;
- отчет о прохождении практики оформлен с недостатками;
- отчет о прохождении практики оформлен неверно.

**Аттестуемый продемонстрировал владение следующими общими и профессиональными компетенциями:**

Код	Содержание компетенции	Уровень освоения обучающимся (нужное отметить ✓)*
<b>Общие компетенции</b>		
ОК ...	...	<input type="checkbox"/> высокий <input type="checkbox"/> средний <input type="checkbox"/> низкий
ОК ...	...	<input type="checkbox"/> высокий <input type="checkbox"/> средний <input type="checkbox"/> низкий
ОК ...	...	<input type="checkbox"/> высокий <input type="checkbox"/> средний <input type="checkbox"/> низкий
ОК ...	...	<input type="checkbox"/> высокий <input type="checkbox"/> средний <input type="checkbox"/> низкий
<b>Профессиональные компетенции</b>		
ПК ...	...	<input type="checkbox"/> высокий <input type="checkbox"/> средний <input type="checkbox"/> низкий
ПК ...	...	<input type="checkbox"/> высокий <input type="checkbox"/> средний <input type="checkbox"/> низкий
ПК ...	...	<input type="checkbox"/> высокий <input type="checkbox"/> средний <input type="checkbox"/> низкий
ПК ...	...	<input type="checkbox"/> высокий <input type="checkbox"/> средний <input type="checkbox"/> низкий

Примечание:

- Высокий уровень – обучающийся уверенно демонстрирует готовность и способность к самостоятельной профессиональной деятельности не только в стандартных, но и во внештатных ситуациях.
- Средний уровень – обучающийся выполняет все виды профессиональной деятельности в стандартных ситуациях уверенно, добросовестно, эффективно.
- Низкий уровень – при выполнении профессиональной деятельности обучающийся нуждается во внешнем сопровождении и контроле.

**II. Показатели и критерии оценивания результатов прохождения практики:**

№ п/п	Наименование показателя	Максимальное количество баллов	Оценка качества выполнения каждого вида работ (в баллах)
<b>1. Качество подобранного материала для проведения анализа</b>			
1.1.	Наличие источников информации в соответствии с индивидуальным заданием	5	
1.2.	Наличие актуальных первичных данных, материалов	5	
<b>2. Качественная оценка проведенного анализа источников и собранных материалов</b>			
2.1.	Выполнение требований к содержательной части отчета, соответствие видов работы индивидуальному заданию	20	
2.2.	Оценка степени самостоятельности проведенного анализа	20	
2.3.	Оценка качества проведенного анализа собранных материалов, данных	20	
<b>3. Выполнение общих требований к проведению практики</b>			
3.1.	Выполнение требований к экспериментально-практической работе в рамках освоения вида деятельности ВД _____	20	
3.2.	Выполнение требований к оформлению отчета по практике в формате презентации PowerPoint, содержащего базовую и информационно-вспомогательную информацию по итогам ее прохождения	10	
	<b>Итого:</b>	100	

Замечания руководителя практики от Образовательной организации:

---



---



---



---

**Руководитель практики  
от Образовательной  
организации**

\_\_\_\_\_  
(Ф.И.О.)

\_\_\_\_\_  
(подпись)

**Омский филиал  
негосударственного образовательного частного учреждения  
высшего образования  
«Московский финансово-промышленный университет  
«Синергия»**

---

**УТВЕРЖДЕНО**  
на заседании Ученого совета Университета  
«Синергия»  
протокол № 5 от 25.05.2023 г.

**УТВЕРЖДАЮ**  
Ректор Университета «Синергия»  
  
А.И. Васильев  
26.05.2023 г.

**Программа профессионального модуля  
ПМ.04 «Организация и управление процессом  
изготовления рекламного продукта»  
(МДК.04.01. Менеджмент и экономические основы рекламной  
деятельности; ПП.04.01 Производственная практика (по  
профилю специальности); ПМ.04.ЭК Экзамен  
квалификационный)**

**Специальность: 42.02.01 Реклама**

**Квалификация выпускника: Специалист по рекламе**

**Форма обучения: очная**

**Омск 2023**

## Содержание

I. Паспорт рабочей программы профессионального модуля «Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта».....	3
II. Результаты освоения профессионального модуля .....	4
III. Структура и содержание профессионального модуля ПМ.04. "Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта" .....	6
IV. Условия реализации программы .....	15
V. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля.....	22
VI. ПРИЛОЖЕНИЯ .....	42

# **I. Паспорт рабочей программы профессионального модуля «Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта»**

## **Область применения программы**

Рабочая программа профессионального модуля – является частью программы подготовки специалистов среднего звена (ППССЗ) в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 510 от 12.05.2014г. и является частью основной профессиональной образовательной программы по специальности в части освоения вида профессиональной деятельности: «Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта», и соответствующих профессиональных компетенций» (ПК):

ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.

ПК 4.2. Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идеи.

ПК 4.3. Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.

## **Место профессионального модуля в учебном процессе**

Профессиональный модуль ПМ.04 "Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта" относится к разделу профессиональных модулей профессионального учебного цикла учебного плана подготовки специалистов СПО по специальности 42.02.01 Реклама, включает в себя: изучение МДК.04.01 «Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности» и прохождение практик: производственной (по профилю специальности).

## **Цели освоения профессионального модуля – требования к результатам освоения**

**Целью изучения** профессионального модуля является формирование у студентов специальных знаний, принципов и навыков в области применения в профессиональной деятельности методов, средств и приемов менеджмента, форм делового и управленческого общения, контроля и оценки эффективности рекламных кампания, медиапланирования.

**Задачи** профессионального модуля:

- рассмотреть ключевые аспекты менеджмента: понятие, концепции, процесс управления, функции стиля управления;
- раскрыть способы контроля и оценки эффективности рекламной кампании;
- рассмотреть сущность медиапланирования;
- способствовать овладению навыками решения типовых задач в

области профессиональной деятельности.

### **Цели и задачи производственной практики**

**Цель производственной практики** - формирование у обучающегося общих и профессиональных компетенций, приобретение практического опыта в рамках профессионального модуля ОПОП СПО в области организации и управления процессом изготовления рекламного продукта, предусмотренных ФГОС СПО по специальности.

#### ***Задачи производственной практики:***

1. Применение специальных теоретических знаний, полученных в рамках профессионального модуля, при выполнении конкретных функциональных обязанностей по отдельным должностям;
2. Освоение видов технологий в рекламе, используемых в организации и управления процессом изготовления рекламного продукта.
3. Развитие коммуникативных умений, усвоение этических правил, норм и принципов в профессиональной деятельности;
4. Приобретение опыта работы в рекламной сфере, в области организации и управления процессом изготовления рекламного продукта.

## **II. Результаты освоения профессионального модуля**

**В результате освоения профессионального модуля, обучающийся должен:**

#### ***иметь практический опыт:***

- планирования, разработки и технического исполнения рекламного проекта;
- контролирования соответствия рекламной продукции требованиями рекламодателя;
- взаимодействия с субъектами рекламной деятельности;
- подготовки документации для регистрации авторских прав;

#### ***уметь***

- составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта;
- работать с рекламой в средствах массовой информации;
- проводить процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком;
- проводить презентацию рекламного продукта;
- подготавливать авторскую документацию для регистрации авторских прав;

#### ***знать:***

- экономические механизмы и экономические показатели деятельности рекламной организации;
- основные принципы работы организаций в условиях рыночной экономики;



- пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов;
- основные федеральные законы и иные нормативные правовые акты, регламентирующие рекламную деятельность в Российской Федерации;
- аспекты планирования рекламы;
- этапы принятия и реализации управленческих решений;
- классификацию целей менеджмента.

### **Компетенции, формируемые в результате освоения профессионального модуля**

Процесс изучения дисциплин и прохождения практик профессионального модуля ПМ.04 «Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта», а также прохождения практик, направлен на формирование компетенций, предусмотренных Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама.

В результате освоения профессионального модуля (включая МДК.04.01 «Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности» и производственную практики) студент должен обладать следующими общими (ОК) и профессиональными (ПК) компетенциями, включающими в себя способность:

<b>Код</b>	<b>Наименование результата обучения</b>
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,

<b>Код</b>	<b>Наименование результата обучения</b>
	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.

### **III. Структура и содержание профессионального модуля ПМ.04. «Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта»**

#### **Объем профессионального модуля**

<b>Наименование</b>	<b>Квалификация</b>
	<b>Реклама в медиа-индустрии</b>
	<b>часов</b>
<b>Максимальная нагрузка обучающихся по ПМ.04, в том числе</b>	<b>306</b>
МДК.04.01, с преподавателем	132
<b>Учебная практика</b>	-
<b>Производственная практика</b>	<b>108</b>
<b>Самостоятельная работа</b>	<b>66</b>
<b>Консультация</b>	-
<b>Экзамен квалификационный</b>	-

### Тематический план профессионального модуля

Код профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практики)	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов
			Всего, часов	в т.ч. практически занятия, часов	в т.ч. курсовая работа, часов	Всего, часов	в т.ч. курсовая работа, часов		
	<b>ПМ.04. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта</b>								
ОК 1 – ОК 11, ПК 4.1 – ПК 4.3	<b>МДК.04.01. Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности</b>	<b>198</b>	132	66	-	66			
ОК 1 – ОК 11, ПК 4.1 – ПК 4.3	<b>Производственная практика (по профилю специальности), часов</b>	<b>108</b>							108
	<b>Всего:</b>	<b>306</b>	<b>132</b>	<b>66</b>	<b>-</b>	<b>66</b>			<b>108</b>

## Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ)

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения	Балл
<b>МДК.04.01. Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности</b>		<b>198</b>		
<b>3 семестр</b>				
<b>Тема 1</b> <b>Рекламная кампания.</b> <b>Создание рекламного продукта.</b> Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 4.1 – ПК 4.3	<i>Содержание учебного материала</i>	<b>12</b>		
	1. Планирование рекламной компании. Классификация рекламных компаний. 2. Планирование рекламных мероприятий. Цели рекламной компании. 3. Этапы разработки рекламной компании. 4. Этапы разработки рекламной компании.	12	1	
	<b>Практические занятия:</b>	<b>12</b>		<b>10</b>
	1. Определение стратегии рекламной компании рабочей группы. Определение этапов и сроков рекламной компании.	12		10
	<b>Самостоятельная работа:<sup>1</sup></b>	<b>12</b>		<b>10</b>
	1. Конспектирование лекционного материала	12		

<sup>1</sup> Самостоятельная работа – это вид учебной деятельности, которую студент совершает в установленное время и в установленном объеме индивидуально или в группе, без непосредственной помощи преподавателя (преподаватель разъясняет цели, задачи её проведения, контролирует их понимание студентами, знакомит студентов с алгоритмами, требованиями, предъявляемыми к выполнению определённых видов заданий, проводит индивидуальную работу, направленную на формирование у студентов навыков по самоорганизации познавательной деятельности), руководствуясь сформированными ранее представлениями о порядке и правильности выполнения действий. Во время самостоятельной подготовки обучающиеся обеспечены доступом к сети Интернет (библиотека, читальный зал). Внеаудиторная работа сопровождается методическим обеспечением, которое подробно описано в, отдельно от РПУД сформированном, фонде оценочных средств по профессиональному модулю.

	2.Составить глоссарий по теме. 3.Познакомиться с примерами реализованных рекламных компаний и подготовить сообщение.			10
<b>Тема 2</b> <b>Создание рекламного продукта.</b> Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 4.1 – ПК 4.3	<b><i>Содержание учебного материала</i></b>	<b>14</b>		
	1. Этапы создания рекламы. Пути решения рекламной задачи 2. Особенности создания рекламных продуктов в зависимости от канала распространения рекламы. 3. Производство рекламного продукта. Согласование концепции рекламного продукта с заказчиком. 4. Производство рекламного продукта. Согласование концепции рекламного продукта с заказчиком.	14	1	
	<b><i>Практические занятия:</i></b>	<b>14</b>		<b>10</b>
	1.Разработка товарного знака. 2.Разработка слогана.	14		10
	<b><i>Самостоятельная работа:</i></b>	<b>12</b>		<b>10</b>
	1. Конспектирование лекционного материала 2. Составить глоссарий по теме. 3.Сделать подборку материалов по рекламе аналогичного объекта рекламы и подготовить отчёт	12		10
<b>Тема 3</b> <b>Медиапланирование.</b>	<b><i>Содержание учебного материала</i></b>	<b>12</b>		

Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 4.1 – ПК 4.3	1.Медиапланирование и медиастратегия компании. Медиапланирование: основные термины и показатели. Выбор видов рекламы и средств её размещения. 2. Разработка и выбор средств распространения рекламы. Ценообразование в области размещения рекламной продукции. Разработка плана-графика размещения рекламы. Представление медиаплана заказчику.	12	1	
	<b>Практические занятия:</b>	<b>12</b>		<b>10</b>
	Решение задач по расчету индексов медиапланирования. Решение практических задач, направленных на совершенствование навыков медиапланирования. Подготовка медиапланов в рабочих группах.	12		10
	<b>Самостоятельная работа:</b>	<b>12</b>		
	1. Конспектирование лекционного материала 2.Составить глоссарий по теме 3.Подобрать медиапланы российских и зарубежных компаний, и дать им оценку с позиции достигнутых медиапараметров. Проанализировать	12		

	соотношение ценовых тарифов на российском рекламном рынке с ценами на рекламу в других странах, выполненное задание представить в виде таблицы			
<b>Всего (3 семестр)</b>		<b>114/38</b>		<b>50</b>
<b>4 семестр</b>				
<b>Тема 4</b> <b>Рекламный бюджет.</b> Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 4.1 – ПК 4.3	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>10</b>		
	1. Рекламный бюджет. Общие положения о рекламном бюджете 2. Методы формирования рекламного бюджета. Планирование и разработка рекламного бюджета.	10	1	
	<b>Практические занятия:</b>	<b>10</b>		<b>10</b>
	Расчёт затрат на производство рекламы. Определение размера рекламного бюджета по различным методикам.	10		10
	<b>Самостоятельная работа:</b>	<b>10</b>		<b>10</b>
	1. Конспект лекционного материала 2. Составить глоссарий по теме 3. Подобрать материалы по бюджетам российских и зарубежных рекламодателей. Проанализировать их, определить предпочтения в выборе рекламных носителей, а также приоритеты по срокам проведения	10		10
<b>Тема 5</b> <b>Оценка эффективности</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>8</b>		

<p><b>рекламы.</b> Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 4.1 – ПК 4.3</p>	<p>1. Оценка эффективности рекламы Проблема оценки эффективности рекламы. 2. Понятие эффективности рекламы и ее составляющие. Экономическая эффективность и ее критерии. 3 Рентабельность рекламы. Оценка эффективности видов и средств (носителей) рекламы.</p>	8	1	
	<p><b>Практические занятия:</b></p>	8		10
	<p>Расчёт экономической эффективности рекламы. Оценка эффективности видов и средств (носителей) рекламы</p>	8		10
	<p><b>Самостоятельная работа:</b></p>	8		
	<p>1. Конспект лекционного материала 2. Составить глоссарий по теме.</p>	8		
<p><b>Тема 6</b> <b>Исключительные права на результаты интеллектуальной деятельности и средств индивидуализации в рекламе.</b> Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 4.1 – ПК 4.3</p>	<p><b>Содержание учебного материала</b></p>	10		
	<p>1. Авторское право на рекламу. Объекты авторского права в рекламе. Авторы. Ответственность за нарушение авторских прав. Авторский договор. Фрилансеры. 2. Регистрация авторских прав. Оформление и подготовка документов на регистрацию авторских прав. Правила регистрации авторского права.</p>	10	1	



	Международная регистрация прав Copyright. 3. Торговый знак в рекламе. Возникновение и осуществление исключительных прав на товарный знак			
	<b>Практические занятия:</b>	<b>10</b>		<b>10</b>
	Case studies: Разбор и анализ ситуаций и примеров из реальной практики. Формирование пакета документов, необходимых для регистрации авторских прав на рекламный продукт.	10		10
	<b>Самостоятельная работа:</b>	<b>10</b>		<b>10</b>
	1. Конспект лекционного материала 2. Составить таблицу «Ответственность за нарушение авторских прав, смежных прав, прав на товарный знак» на основании Гражданского кодекса (часть IV), Кодекса об административных нарушениях и Уголовного кодекса. 3. Составить глоссарий по теме.	10		10
<b>Всего (4 семестр)</b>		<b>84/28</b>		<b>50</b>
<b>Промежуточная аттестация</b>				<b>Дифф. зачет 100 (50+50)</b>
<b>Самостоятельная работа:<sup>2</sup> при изучении</b>				

<sup>2</sup> Самостоятельная работа – это вид учебной деятельности, которую студент совершает в установленное время и в установленном объеме индивидуально или в группе, без непосредственной помощи преподавателя (преподаватель разъясняет цели, задачи её проведения, контролирует их понимание студентами, знакомит студентов с алгоритмами, требованиями, предъявляемыми к выполнению определённых видов заданий, проводит индивидуальную работу, направленную на формирование у студентов навыков по самоорганизации познавательной деятельности), руководствуясь сформированными ранее представлениями о порядке и правильности выполнения действий. Во время самостоятельной подготовки обучающиеся обеспечены доступом к сети Интернет (библиотека, читальный зал). Внеаудиторная работа сопровождается методическим

<b>МДК.04.01, всего</b>			
1. Работа с конспектами и со специальной литературой по рекламе. 2. Ознакомление и анализ с видами рекламной деятельности в интернете. 3. Изучение основной и дополнительной литературы; поиск информации в интернете и периодических изданиях. 4. Подготовка к практическим занятиям с использованием методических рекомендаций преподавателя			
<b>Производственная практика (по профилю специальности) итоговая по модулю</b>	<b>108</b>		<b>-</b>
<b>Виды работ:</b> Анализ функций рекламного агентства. Исследование структуры организации и ее особенностей. Анализ планирование рекламной кампании. Исследование видов рекламных кампаний. Подборка медиапланов российских и зарубежных компаний, и оценка их с позиции достигнутых медиапараметров. Выбор видов рекламы и средств её размещения.			Форма отчетности – отчет по практике, дневник прохождения практики
<b>Всего по МДК 04.01</b>	<b>198/66</b>		<b>100</b>
<b>Промежуточная аттестация</b>		<b>Дифф.зачет</b>	
<b>Производственная практика</b>	<b>108</b>	<b>-</b>	
<b>ВСЕГО: ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 6, ОК 7, ОК 8, ОК 9, ОК 10, ОК 11, ПК 4.1, ПК 4.2, ПК 4.3</b>	<b>198/66</b>		<b>Экзамен квалиф.</b>

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие методы:

1. ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
2. репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством);
3. продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач).

---

обеспечением, которое подробно описано в, отдельно от РПУД сформированном, фонде оценочных средств по профессиональному модулю.

## **IV. Условия реализации программы**

**Требования к минимальному материально-техническому обеспечению.**

### **МДК.04.01. Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности**

#### **Кабинет экономики и менеджмента**

##### **Основное оборудование:**

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя;

##### **Технические средства обучения:**

Персональный компьютер, набор демонстрационного оборудования (проектор, экран)

#### **Помещение для самостоятельной работы обучающихся**

##### **Основное оборудование:**

оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде

### **ПП.04.01 Производственная практика (по профилю специальности); ПМ.04.ЭК Экзамен квалификационный**

#### **Кабинет экономики и менеджмента**

##### **Основное оборудование:**

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя;

##### **Технические средства обучения:**

Персональный компьютер, набор демонстрационного оборудования (проектор, экран)

#### **Помещение для самостоятельной работы обучающихся**

##### **Основное оборудование:**

оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде

**При проведении образовательного процесса по дисциплине необходимо наличие:**

##### ***лицензионное программное обеспечение:***

- Microsoft Windows 7 pro;

- Операционная система Microsoft Windows 10 pro;
- Операционная система Microsoft Windows Server 2012 R2;
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional 13;
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional 16;
- Комплексная Система Антивирусной Защиты Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition.

**электронно-библиотечная система:**

- Электронная библиотечная система (ЭБС) «Университетская библиотека ONLINE» <http://biblioclub.ru/>
- Электронно-образовательная система ЮРАЙТ <https://urait.ru/>
- Электронная библиотечная система (ЭБС) «Университетская библиотека ONLINE» <https://www.studentlibrary.ru>

**современные профессиональные баз данных:**

- Официальный интернет-портал базы данных правовой информации <http://pravo.gov.ru>.
- Портал Единое окно доступа к образовательным ресурсам <http://window.edu.ru/>

**информационные справочные системы:**

- Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования <http://fgosvo.ru>.
- Компьютерная справочная правовая система «Консультант Плюс» (<http://www.consultant.ru/>)

**Активные и интерактивные образовательные технологии, используемые на занятиях:**

Вид занятия*	Используемые активные и интерактивные образовательные технологии
ТО	Технология коллективного обучения, проблемного и проектного обучения, технология развития критического мышления, разбор конкретных ситуаций, групповые дискуссии
ПР	Компьютерные и проектные технологии, мультимедийные технологии, технология коллективного обучения игровые технологии, групповые дискуссии

\* ТО – теоретическое обучение, ПР – практические занятия, ЛР – лабораторные занятия.

**Перечень рекомендуемых учебных пособий, дополнительной литературы, Интернет-источников**

**Основная литература:**

1. Романов, А. А. Рекламный менеджмент: учебно-практическое пособие : учебное пособие / А. А. Романов, Р. В. Каптюхин. – Москва : Евразийский открытый институт, 2010. – 431 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90770>

2. Маслова, Е. Л. Менеджмент : учебник / Е. Л. Маслова. – 3-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2022. – 332 с. : ил., табл. – (Учебные издания для

бакалавров). – Режим доступа: по подписке. –  
URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684392>

***Дополнительная литература:***

1. Антипов, К. В. Основы рекламы : учебник / К. В. Антипов. – 5-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2021. – 326 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684193>

2. Панкратов, Ф. Г. Основы рекламы : учебник / Ф. Г. Панкратов, Ю. К. Баженов, В. Г. Шахурин. – 18-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2022. – 538 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684499>

3. Цветкова, Г. С. Рекламный менеджмент : учебное пособие : [16+] / Г. С. Цветкова ; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Поволжский государственный технологический университет. – Йошкар-Ола : Поволжский государственный технологический университет, 2018. – 108 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=494305>

***Официальные издания:***

1. Российская газета

2. Собрание законодательства Российской Федерации

***Периодические издания:***

1. Реклама. Теория и практика: журнал/гл. ред. Пирогова Ю.К.; учред. ООО "Издательский дом "Гребенников" Член Российской ассоциации маркетинга.- М.: ООО "Издательский дом "Гребенников" Член Российской ассоциации маркетинга, 2020.- № 1-4, 2021. - № 1-2.

2. Среднее профессиональное образование: ежемесячный теоретический и научно-методический журнал/гл. ред. А.А. Скамницкий/ООО "АЛМАКС", Москва/2020. - № 1-12, 2021. - № 1-8

3. Вузовский Вестник: российская информационно-аналитическая газета ректоров, проректоров, преподавателей, аспирантов, студентов, абитуриентов / гл.ред. Андрей Шолохов; учред. ООО "ЮниВестМедиа".- М.: ООО "ЮниВестМедиа", 2020, 2021

***Электронные базы периодических изданий:***

1. Электронная библиотечная система (ЭБС) «Университетская библиотека ONLINE» <https://biblioclub.ru/>

2. Научная электронная библиотека <https://elibrary.ru/titles.asp>

**Современные профессиональные базы данных и информационные ресурсы сети Интернет:**

№	Наименование портала (издания, курса, документа)	Ссылка
1.	Официальный интернет-портал базы данных правовой информации	<a href="http://pravo.gov.ru">http://pravo.gov.ru</a>
2	Российский портал открытого образования	<a href="http://www.edu.ru">http://www.edu.ru</a>
3.	Российская национальная библиотека.	<a href="http://www.nlr.ru">http://www.nlr.ru</a>
4.	Электронная библиотека Библиотекарь.Ру – книги, периодика, графика, справочная и техническая литература для учащихся средних и высших учебных заведений.	<a href="http://bibliotekar.ru">http://bibliotekar.ru</a>
5.	Официальный сайт Федеральной антимонопольной службы (ФАС РФ)	<a href="https://fas.gov.ru">https://fas.gov.ru</a>
6	Сайт о рекламном рынке	<a href="https://www.adindex.ru">https://www.adindex.ru</a>

**Порядок проведения учебных занятий по профессиональному модулю ПМ.04 «Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта» (МДК.04.01. Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности) при освоении образовательной программы инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья**

Создание доступной среды для инвалидов и лиц с ОВЗ (далее – вместе лица/обучающиеся с ОВЗ) является одним из приоритетных направлений современной социальной политики. Доступное профессиональное образование для лиц с ОВЗ – одно из направлений социальной интеграции данной категории граждан в общество, поскольку образование – наиболее действенный социальный ресурс. Профессиональное образование позволяет лицам с ОВЗ повысить конкурентоспособность на рынке труда, создает основу для равных возможностей, повышает личностный статус.

Содержание рабочей программы профессионального модуля и условия организации обучения по данной рабочей программе профессионального модуля для инвалидов определяются в том числе в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида (при наличии), для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья - на основе образовательных программ, адаптированных при необходимости для обучения указанных обучающихся (части 1 и 8 статьи 79 Федерального закона от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»).

При обучении по данному профессиональному модулю обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются бесплатно специальные учебники и учебные пособия, иная учебная литература.

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации, обучающихся с ОВЗ в Омском филиале Университета Синергия созданы фонды оценочных средств, адаптированные

для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья и позволяющие оценить достижение ими запланированных в ОПОП результатов обучения и уровень сформированности всех компетенций, заявленных в образовательной программе.

Текущий контроль успеваемости осуществляется преподавателем и/или обучающимся инвалидом или обучающимся с ограниченными возможностями здоровья в процессе проведения практических занятий и лабораторных работ, а также при выполнении индивидуальных работ и домашних заданий, или в режиме тренировочного тестирования в целях получения информации о выполнении обучаемым требуемых действий в процессе учебной деятельности; правильности выполнения требуемых действий; соответствии формы действия данному этапу усвоения учебного материала; формировании действия с должной мерой обобщения, освоения (в том числе автоматизированности, быстроты выполнения) и т.д. Текущий контроль успеваемости для обучающихся инвалидов и обучающихся с ограниченными возможностями здоровья имеет большое значение, поскольку позволяет своевременно выявить затруднения и отставание в обучении и внести коррективы в учебную деятельность.

Форма проведения текущей и промежуточной аттестации для студентов-инвалидов устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.). При необходимости студенту-инвалиду предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на мероприятиях промежуточной аттестации.

Во исполнение приказов Минобрнауки России от 09.11.2015 № 1309 «Об утверждении Порядка обеспечения условий доступности для инвалидов объектов и предоставляемых услуг в сфере образования, а также оказания им при этом необходимой помощи», от 02.12.2015 № 1399 «Об утверждении Плана мероприятий («дорожной карты») Министерства образования и науки Российской Федерации по повышению значений показателей доступности для инвалидов объектов и предоставляемых на них услуг в сфере образования»), письма Минобрнауки России от 12.02.2016 № ВК-270/07 «Об обеспечении условий доступности для инвалидов объектов и услуг в сфере образования» проведены обследование объектов Омского филиала Университета Синергия и услуг в сфере образования, оказываемых ему, на предмет их доступности для лиц с ОВЗ, и паспортизация его зданий.

На основе Паспорта доступности для инвалидов объекта и предоставляемых на нем услуг в сфере образования, разработанного по форме согласно письму Минобрнауки России от 12.02.2016 № ВК-270/07, согласованного с общественной организацией Всероссийского общества инвалидов, утверждён план действий Университета Синергия по повышению значений показателей доступности для инвалидов его объектов и услуг в сфере образования, оказываемых им (Дорожная карта), на период до 2030 г. По итогам проведённой паспортизации Омский филиал Университета Синергия признан

условно доступным для лиц с ограниченными возможностями здоровья, что является достаточным основанием для возможности пребывания указанных категорий граждан в Омском филиале Университета Синергия и предоставления им образовательных услуг с учетом дальнейшего увеличения степени его доступности на основе реализации мероприятий Дорожной карты.

Создание безбарьерной среды в Омском филиале Университета Синергия учитывает потребности следующих категорий инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья:

- с нарушениями зрения;
- с нарушениями слуха;
- с ограничением двигательных функций.

Обеспечение доступности прилегающей к Омскому филиалу Университета Синергия территории, входных путей, путей перемещения внутри здания для различных нозологий.

Территория Омского филиала Университета Синергия соответствует условиям беспрепятственного, безопасного и удобного передвижения маломобильных студентов, обеспечения доступа к зданиям и сооружениям, расположенным на нем. Обеспечено доступность путей движения, наличие средств информационно-навигационной поддержки, дублирование лестниц подъемными устройствами, оборудование лестниц поручнями, контрастная окраска дверей и лестниц, выделение мест для парковки автотранспортных средств инвалидов и лиц с ОВЗ.

В Омском филиале Университета Синергия обеспечен один вход, доступный для лиц с нарушением опорно-двигательного аппарата. Помещения, где могут находиться люди на креслах-колясках, размещены на уровне доступного входа. При ином размещении помещений по высоте здания, кроме лестниц, предусмотрены, подъемные платформы для людей с ограниченными возможностями и лифт.

Комплексная информационная система для ориентации и навигации инвалидов и лиц с ОВЗ в архитектурном пространстве Омского филиала Университета Синергия включает визуальную, звуковую и тактильную информацию.

Наличие оборудованных санитарно-гигиенических помещений для студентов различных нозологий.

На каждом этаже обустроена одна туалетная кабина, доступная для маломобильных обучающихся. В универсальной кабине и других санитарно-бытовых помещениях, предназначенных для пользования всеми категориями студентов с ограниченными возможностями, установлены откидные опорные поручни, откидные сидения.

Наличие специальных мест в аудиториях для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

В каждом специальном помещении (учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового



проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования) предусмотрена возможность оборудования по 1 - 2 места для студентов-инвалидов по каждому виду нарушений здоровья - опорно-двигательного аппарата, слуха и зрения.

В стандартной аудитории первые столы в ряду у окна и в среднем ряду предусмотрены для обучаемых с нарушениями зрения и слуха, а для обучаемых, передвигающихся в кресле-коляске, - выделено 1 - 2 первых стола в ряду у дверного проема.

Для слабослышащих студентов использование сурдотехнических средств является средством оптимизации учебного процесса, средством компенсации утраченной или нарушенной слуховой функции.

Технологии беспроводной передачи звука (FM-системы) являются эффективным средством для улучшения разборчивости речи в условиях профессионального обучения.

Учебная аудитория, в которой обучаются студенты с нарушением слуха, оборудована радиоклассом, компьютерной техникой, аудиотехникой (акустический усилитель и колонки), видеотехникой (мультимедийный проектор, экран), мультимедийной системой. Особую роль в обучении слабослышащих также играют видеоматериалы.

В Университете Синергия в наличии брайлевская компьютерная техника, программы-синтезаторы речи.

Компьютерные тифлотехнологии базируются на комплексе аппаратных и программных средств, обеспечивающих преобразование компьютерной информации в доступные для незрячей и слабовидящей формы (звуковое воспроизведение, рельефно-точечный или укрупненный текст), и позволяют обучающимся с нарушением зрения самостоятельно работать на обычном персональном компьютере с программами общего назначения.

Тифлотехнические средства, используемые в учебном процессе студентов с нарушениями зрения: средства для усиления остаточного зрения и средства преобразования визуальной информации в аудио и тактильные сигналы.

Для слабовидящих студентов в лекционных и учебных аудиториях предусмотрена возможность просмотра удаленных объектов (например, текста на доске или слайда на экране) при помощи видеоувеличителей для удаленного просмотра.

Для студентов с нарушениями опорно-двигательного аппарата используются альтернативных устройств ввода информации.

При процессе обучения по данному профессиональному модулю используются специальные возможности операционной системы Windows, такие как экранная клавиатура, с помощью которой можно вводить текст, настройка действий Windows при вводе с помощью клавиатуры или мыши.

При наличии обучающихся с ограниченными возможностями здоровья,

необходимо предусмотреть выбор мест прохождения практик (включенных в данный профессиональный модуль), который должен учитывать состояние здоровья и требования по доступности. При наличии обучающихся с ограниченными возможностями здоровья, необходимо предусмотреть выбор мест прохождения практик (включенных в данный профессиональный модуль), который должен учитывать состояние здоровья и требования по доступности.

### **Общие требования к организации образовательного процесса**

Целью изучения профессионального модуля является приобретение обучающимися глубоких знаний об организации и управлении процессом изготовления рекламного продукта, а также знаний об основных правилах профессиональной этики и приёмах делового общения.

При проведении занятий по профессиональному модулю используются различные формы обучения: лекции, уроки, семинары, практические занятия, в том числе с приглашением работников из ведущих рекламных компаний, деловые игры, ознакомительные экскурсии.

Освоению профессионального модуля предшествует изучение учебной дисциплины «Экономика организации».

В процессе обучения профессионального модуля предусмотрена производственная практика в объеме 108 часов.

Изучение программы модуля завершается квалификационным экзаменом, который предполагает представление портфолио профессиональных достижений студента и защиту методических материалов (См.Приложения).

При наличии обучающихся с ограниченными возможностями здоровья, необходимо предусмотреть выбор мест прохождения практик (включенных в данный профессиональный модуль), который должен учитывать состояние здоровья и требования по доступности.

### **Кадровое обеспечение образовательного процесса**

Реализация ППССЗ по специальности должна обеспечиваться педагогическими кадрами, имеющими высшее образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины (модуля). Опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы является обязательным для преподавателей, отвечающих за освоение обучающимся профессионального учебного цикла. Преподаватели получают дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации, в том числе в форме стажировки в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

### **V. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля**

Образовательное учреждение, реализующее подготовку по программе профессионального модуля, обеспечивает организацию и проведение текущего контроля и промежуточной аттестации.

Текущий контроль производится преподавателем в процессе обучения.

Обучение по профессиональному модулю завершается квалификационным экзаменом, который проводит экзаменационная комиссия.

Формы и методы текущего и итогового контроля по профессиональному модулю разрабатываются Омским филиалом Университета Синергия и доводятся до сведения обучающихся не позднее начала двух месяцев от начала обучения.

Для текущего и итогового контроля образовательным учреждением создаются фонды оценочных средств (ФОС).

ФОС включают в себя педагогические контрольно – измерительные материалы, предназначенные для определения соответствия (или несоответствия) индивидуальных образовательных достижений основным показателям результатов подготовки (таблицы).

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
<p><i>иметь практический опыт:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• планирования, разработки и технического исполнения рекламного проекта; ОК 1 – ОК 11, ПК 4.1 – ПК 4.3.</li> </ul>	<p><u>Формы контроля обучения:</u> <i>Текущий контроль:</i> Практические занятия: практические занятия с практическими заданиями с использованием персонального компьютера, групповые дискуссии, психологические тренинги: прохождение практики (дневник практики, отчет по практике) Самостоятельная работа: эссе, выполнение домашних заданий <i>Промежуточная аттестация</i> <u>Методы оценки результатов обучения:</u> - формализованное наблюдение за деятельностью студента и оценка на практическом занятии; - оценка самостоятельности и творческого подхода; - оценка выполнения индивидуальных заданий; - оценка степени участия в групповых дискуссиях, психологических тренингах деловых играх; - проверка и оценка отчета и дневника практик накопительная оценка</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• контролирования соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя; ОК 1 – ОК 11, ПК 4.1 – ПК 4.3.</li> </ul>	<p><u>Формы контроля обучения:</u> <i>Текущий контроль:</i> Практические занятия: практические занятия с практическими заданиями с использованием персонального компьютера, групповые дискуссии, психологические тренинги: прохождение практики (дневник практики, отчет по практике) Самостоятельная работа: эссе, выполнение домашних заданий <i>Промежуточная аттестация</i> <u>Методы оценки результатов обучения:</u> - формализованное наблюдение за деятельностью студента и оценка на практическом занятии; - оценка самостоятельности и творческого</p>

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
	<p>подхода;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- оценка выполнения индивидуальных заданий;</li> <li>- оценка степени участия в групповых дискуссиях, психологических тренингах деловых играх;</li> <li>- проверка и оценка отчета и дневника практик</li> </ul> <p>накопительная оценка</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• взаимодействия с субъектами рекламной деятельности;</li> </ul> <p>ОК 1 – ОК 11, ПК 4.1 – ПК 4.3.</p>	<p><u>Формы контроля обучения:</u></p> <p><i>Текущий контроль:</i></p> <p>Практические занятия: практические занятия с практическими заданиями с использованием персонального компьютера, групповые дискуссии, психологические тренинги: прохождение практики (дневник практики, отчет по практике)</p> <p>Самостоятельная работа: эссе, выполнение домашних заданий</p> <p><i>Промежуточная аттестация</i></p> <p><u>Методы оценки результатов обучения:</u> -</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- формализованное наблюдение за деятельностью студента и оценка на практическом занятии;</li> <li>- оценка самостоятельности и творческого подхода;</li> <li>- оценка выполнения индивидуальных заданий;</li> <li>- оценка степени участия в групповых дискуссиях, психологических тренингах деловых играх;</li> <li>- проверка и оценка отчета и дневника практик</li> </ul> <p>накопительная оценка</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• подготовки документации для регистрации авторских прав</li> </ul> <p>ОК 1 – ОК 11, ПК 4.1 – ПК 4.3.</p>	<p><u>Формы контроля обучения:</u></p> <p><i>Текущий контроль:</i></p> <p>Практические занятия: практические занятия с практическими заданиями с использованием персонального компьютера, групповые дискуссии, психологические тренинги: прохождение практики (дневник практики, отчет по практике)</p> <p>Самостоятельная работа: эссе, выполнение домашних заданий</p> <p><i>Промежуточная аттестация</i></p> <p><u>Методы оценки результатов обучения:</u> -</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- формализованное наблюдение за деятельностью студента и оценка на практическом занятии;</li> <li>- оценка самостоятельности и творческого подхода;</li> <li>- оценка выполнения индивидуальных заданий;</li> <li>- оценка степени участия в групповых дискуссиях, психологических тренингах деловых играх;</li> <li>- проверка и оценка отчета и дневника практик</li> </ul> <p>накопительная оценка</p>
<p><b>уметь:</b></p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта;</li> </ul> <p>ОК 1 – ОК 11, ПК 4.1 – ПК 4.3.</p>	<p><u>Формы контроля обучения:</u></p> <p><i>Текущий контроль:</i></p> <p>Практические занятия: практические занятия с практическими заданиями с использованием</p>

<b>Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)</b>	<b>Формы и методы контроля и оценки результатов обучения</b>
	<p>персонального компьютера, групповые дискуссии, психологические тренинги: прохождение практики (дневник практики, отчет по практике) Самостоятельная работа: эссе, выполнение домашних заданий <i>Промежуточная аттестация</i> <u>Методы оценки результатов обучения:</u> - формализованное наблюдение за деятельностью студента и оценка на практическом занятии; - оценка самостоятельности и творческого подхода; - оценка выполнения индивидуальных заданий; - оценка степени участия в групповых дискуссиях, психологических тренингах деловых играх; - проверка и оценка отчета и дневника практик накопительная оценка</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• работать с рекламой в средствах массовой информации; ОК 1 – ОК 11, ПК 4.1 – ПК 4.3.</li> </ul>	<p><u>Формы контроля обучения:</u> <i>Текущий контроль:</i> Практические занятия: практические занятия с практическими заданиями с использованием персонального компьютера, групповые дискуссии, психологические тренинги: прохождение практики (дневник практики, отчет по практике) Самостоятельная работа: эссе, выполнение домашних заданий <i>Промежуточная аттестация</i> <u>Методы оценки результатов обучения:</u> - формализованное наблюдение за деятельностью студента и оценка на практическом занятии; - оценка самостоятельности и творческого подхода; - оценка выполнения индивидуальных заданий; - оценка степени участия в групповых дискуссиях, психологических тренингах деловых играх; - проверка и оценка отчета и дневника практик накопительная оценка</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• проводить процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком; ОК 1 – ОК 11, ПК 4.1 – ПК 4.3.</li> </ul>	<p><u>Формы контроля обучения:</u> <i>Текущий контроль:</i> Практические занятия: практические занятия с практическими заданиями с использованием персонального компьютера, групповые дискуссии, психологические тренинги: прохождение практики (дневник практики, отчет по практике) Самостоятельная работа: эссе, выполнение домашних заданий <i>Промежуточная аттестация</i> <u>Методы оценки результатов обучения:</u> - формализованное наблюдение за деятельностью студента и оценка на практическом занятии; - оценка самостоятельности и творческого подхода;</p>

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- оценка выполнения индивидуальных заданий;</li> <li>- оценка степени участия в групповых дискуссиях, психологических тренингах деловых играх;</li> <li>- проверка и оценка отчета и дневника практик</li> </ul> <p>накопительная оценка</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• проводить презентацию рекламного продукта; ОК 1 – ОК 11, ПК 4.1 – ПК 4.3.</li> </ul>	<p><u>Формы контроля обучения:</u>  <i>Текущий контроль:</i>          Практические занятия: практические занятия с практическими заданиями с использованием персонального компьютера, групповые дискуссии, психологические тренинги: прохождение практики (дневник практики, отчет по практике)          Самостоятельная работа: эссе, выполнение домашних заданий  <i>Промежуточная аттестация</i>  <u>Методы оценки результатов обучения:</u> -          - формализованное наблюдение за деятельностью студента и оценка на практическом занятии;          - оценка самостоятельности и творческого подхода;          - оценка выполнения индивидуальных заданий;          - оценка степени участия в групповых дискуссиях, психологических тренингах деловых играх;          - проверка и оценка отчета и дневника практик</p> <p>накопительная оценка</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• подготавливать авторскую документацию для регистрации авторских прав ОК 1 – ОК 11, ПК 4.1 – ПК 4.3.</li> </ul>	<p><u>Формы контроля обучения:</u>  <i>Текущий контроль:</i>          Практические занятия: практические занятия с практическими заданиями с использованием персонального компьютера, групповые дискуссии, психологические тренинги: прохождение практики (дневник практики, отчет по практике)          Самостоятельная работа: эссе, выполнение домашних заданий  <i>Промежуточная аттестация</i>  <u>Методы оценки результатов обучения:</u> -          - формализованное наблюдение за деятельностью студента и оценка на практическом занятии;          - оценка самостоятельности и творческого подхода;          - оценка выполнения индивидуальных заданий;          - оценка степени участия в групповых дискуссиях, психологических тренингах деловых играх;          - проверка и оценка отчета и дневника практик</p> <p>накопительная оценка</p>
<p><b>знать:</b></p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• экономический механизм и экономические показатели деятельности рекламной организации; ОК 1 – ОК 11, ПК 4.1 – ПК 4.3.</li> </ul>	<p><u>Формы контроля обучения:</u>  <i>Текущий контроль:</i>          Практические занятия: практические занятия с практическими заданиями с использованием персонального компьютера, групповые дискуссии,</p>

<p align="center"><b>Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)</b></p>	<p align="center"><b>Формы и методы контроля и оценки результатов обучения</b></p>
	<p>психологические тренинги: прохождение практики (дневник практики, отчет по практике) Самостоятельная работа: эссе, выполнение домашних заданий <i>Промежуточная аттестация</i> <u>Методы оценки результатов обучения:</u> - формализованное наблюдение за деятельностью студента и оценка на практическом занятии; - оценка самостоятельности и творческого подхода; - оценка выполнения индивидуальных заданий; - оценка степени участия в групповых дискуссиях, психологических тренингах деловых играх; - проверка и оценка отчета и дневника практик накопительная оценка</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• основные принципы работы организаций в условиях рыночной экономики; ОК 1 – ОК 11, ПК 4.1 – ПК 4.3.</li> </ul>	<p><u>Формы контроля обучения:</u> <i>Текущий контроль:</i> Практические занятия: практические занятия с практическими заданиями с использованием персонального компьютера, групповые дискуссии, психологические тренинги: прохождение практики (дневник практики, отчет по практике) Самостоятельная работа: эссе, выполнение домашних заданий <i>Промежуточная аттестация</i> <u>Методы оценки результатов обучения:</u> - формализованное наблюдение за деятельностью студента и оценка на практическом занятии; - оценка самостоятельности и творческого подхода; - оценка выполнения индивидуальных заданий; - оценка степени участия в групповых дискуссиях, психологических тренингах деловых играх; - проверка и оценка отчета и дневника практик накопительная оценка</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов; ОК 1 – ОК 11, ПК 4.1 – ПК 4.3.</li> </ul>	<p><u>Формы контроля обучения:</u> <i>Текущий контроль:</i> Практические занятия: практические занятия с практическими заданиями с использованием персонального компьютера, групповые дискуссии, психологические тренинги: прохождение практики (дневник практики, отчет по практике) Самостоятельная работа: эссе, выполнение домашних заданий <i>Промежуточная аттестация</i> <u>Методы оценки результатов обучения:</u> - формализованное наблюдение за деятельностью студента и оценка на практическом занятии; - оценка самостоятельности и творческого подхода; - оценка выполнения индивидуальных заданий;</p>

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
	<p>-оценка степени участия в групповых дискуссиях, психологических тренингах деловых играх; - проверка и оценка отчета и дневника практик накопительная оценка</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• основные федеральные законы и иные нормативные правовые акты, регламентирующие рекламную деятельность в Российской Федерации; ОК 1 – ОК 11, ПК 4.1 – ПК 4.3.</li> </ul>	<p><u>Формы контроля обучения:</u> <i>Текущий контроль:</i> Практические занятия: практические занятия с практическими заданиями с использованием персонального компьютера, групповые дискуссии, психологические тренинги: прохождение практики (дневник практики, отчет по практике) Самостоятельная работа: эссе, выполнение домашних заданий <i>Промежуточная аттестация</i> <u>Методы оценки результатов обучения:</u> - формализованное наблюдение за деятельностью студента и оценка на практическом занятии; - оценка самостоятельности и творческого подхода; - оценка выполнения индивидуальных заданий; -оценка степени участия в групповых дискуссиях, психологических тренингах деловых играх; - проверка и оценка отчета и дневника практик накопительная оценка</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• аспекты планирования рекламы; ОК 1 – ОК 11, ПК 4.1 – ПК 4.3.</li> </ul>	<p><u>Формы контроля обучения:</u> <i>Текущий контроль:</i> Практические занятия: практические занятия с практическими заданиями с использованием персонального компьютера, групповые дискуссии, психологические тренинги: прохождение практики (дневник практики, отчет по практике) Самостоятельная работа: эссе, выполнение домашних заданий <i>Промежуточная аттестация</i> <u>Методы оценки результатов обучения:</u> - формализованное наблюдение за деятельностью студента и оценка на практическом занятии; - оценка самостоятельности и творческого подхода; - оценка выполнения индивидуальных заданий; -оценка степени участия в групповых дискуссиях, психологических тренингах деловых играх; - проверка и оценка отчета и дневника практик накопительная оценка</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• этапы принятия и реализации управленческих решений; ОК 1 – ОК 11, ПК 4.1 – ПК 4.3.</li> </ul>	<p><u>Формы контроля обучения:</u> <i>Текущий контроль:</i> Практические занятия: практические занятия с практическими заданиями с использованием персонального компьютера, групповые дискуссии, психологические тренинги: прохождение практики (дневник практики, отчет по практике)</p>



Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
	<p>Самостоятельная работа: эссе, выполнение домашних заданий</p> <p><i>Промежуточная аттестация</i></p> <p><u>Методы оценки результатов обучения:</u> - формализованное наблюдение за деятельностью студента и оценка на практическом занятии; - оценка самостоятельности и творческого подхода; - оценка выполнения индивидуальных заданий; - оценка степени участия в групповых дискуссиях, психологических тренингах деловых играх; - проверка и оценка отчета и дневника практик</p> <p>накопительная оценка</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>классификацию целей менеджмента ОК 1 – ОК 11, ПК 4.1 – ПК 4.3.</li> </ul>	<p><u>Формы контроля обучения:</u></p> <p><i>Текущий контроль:</i></p> <p>Практические занятия: практические занятия с практическими заданиями с использованием персонального компьютера, групповые дискуссии, психологические тренинги: прохождение практики (дневник практики, отчет по практике)</p> <p>Самостоятельная работа: эссе, выполнение домашних заданий</p> <p><i>Промежуточная аттестация</i></p> <p><u>Методы оценки результатов обучения:</u> - формализованное наблюдение за деятельностью студента и оценка на практическом занятии; - оценка самостоятельности и творческого подхода; - оценка выполнения индивидуальных заданий; - оценка степени участия в групповых дискуссиях, психологических тренингах деловых играх; - проверка и оценка отчета и дневника практик</p> <p>накопительная оценка</p>

### **Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по профессиональному модулю**

Промежуточная аттестация по модулю проводится в форме экзамена квалификационного; по производственной практике и МДК.04.01 – дифференцированный зачет.

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Критерии оценки, балл
1.	Экзамен квалификационный ОК 1 – ОК 11, ПК 4.1 – ПК 4.3	<p>Экзамен представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя:</p> <p>Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых</p>	<p>Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале:</p> <p>Задание 1: 0-30 баллов Задание 2: 0-30 баллов Задание 3: 0-40 баллов</p>

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Критерии оценки, балл
		<p>понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;</p> <p>Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности;</p> <p>Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины</p>	<p><b>-90 и более (отлично)</b> – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Задания решены правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат.</p> <p><b>-70 и более (хорошо)</b>– ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Ход решения задания правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат.</p> <p><b>-50 и более (удовлетворительно)</b>– ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Задания решены частично.</p> <p><b>-Менее 50 (неудовлетворительно)</b>– ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задания не решены</p>
2	<p>Дифференцированный зачет (производственная практика) ОК 1 – ОК 11, ПК 4.1 – ПК 4.3</p>	<p>Дифференцированный зачет представляет собой проверку выполнения обучающимся заданий практики и подтверждением его результатов (отчет и дневник по практике):</p> <p><i>Дневник по производственной практике:</i></p> <p>в дневник записывается календарный план прохождения учебной практики (в соответствии с</p>	<p>Оценка по производственной практике формируется на основе:</p> <p><b>Дневник по производственной практике:</b></p> <p><b>5</b> – получают обучающиеся, справившиеся с работой на 90-100 %;</p> <p><b>4</b> – ставится в том случае, если содержание соответствует 70 – 89 % от норматива заполнения дневника по</p>

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Критерии оценки, балл
		<p>индивидуальным планом работы). В дальнейшем в дневник записываются все выполняемые обучающимся виды работ. Записи делаются ежедневно. Дневник является неотъемлемой частью отчета о прохождении практики, который подписывается руководителем от базы практики и сдается вместе с отчетом по практике. Допускаются приложения.</p> <p><i>Отчет по производственной практике:</i></p> <p>Предоставление отчета о прохождении учебной практики, индивидуального плана работы и аттестационного листа, содержащего сведения об уровне освоения обучающимся профессиональных компетенций, а также характеристики на обучающегося по освоению профессиональных компетенций в период прохождения практики</p>	<p>практике;</p> <p><b>3</b> – ставится в том случае, если содержание соответствует 50 – 69 % от норматива заполнения дневника по практике;</p> <p><b>2</b> – ставится в том случае, если содержание соответствует 0 – 49 % от норматива заполнения дневника по практике.</p> <p><b>Отчет по производственной практике:</b></p> <p>– <b>85-95</b> – выставляется, если обучающийся выполнил индивидуальный план работы учебной практики:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• осуществил подборку необходимых нормативных правовых документов в соответствии с объектом исследования;</li> <li>• в период прохождения учебной практики выполнил спектр функций, которые в полной мере соответствуют области профессиональной деятельности;</li> <li>• во время защиты свободно, исчерпывающе и аргументированно ответил на все вопросы по существу;</li> <li>• правильно оформил отчет о прохождении учебной практики;</li> <li>• имеет положительную характеристику по освоению компетенций в период прохождения учебной практики от Организации;</li> <li>• имеет положительное заключение об уровне освоения обучающимся профессиональных компетенций, содержащееся в аттестационном листе.</li> </ul> <p><b>65-84</b> – выставляется, если обучающийся выполнил индивидуальный план работы по учебной практике;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• осуществил подборку</li> </ul>

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Критерии оценки, балл
			<p>необходимых нормативных правовых документов в соответствии с объектом исследования;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• в период прохождения учебной практики выполнил спектр функций, которые в основном соответствуют области профессиональной деятельности;</li> <li>• во время защиты исчерпывающе ответил на все вопросы по существу, согласно;</li> <li>• оформил отчет о прохождении учебной практики с незначительными недостатками;</li> <li>• имеет положительную характеристику по освоению профессиональных компетенций в период прохождения учебной практики от Организации;</li> <li>• имеет положительное заключение об уровне освоения обучающимся профессиональных компетенций, содержащееся в аттестационном листе.</li> </ul> <p><b>45-64</b> – выставляется, если обучающийся выполнил индивидуальный план работы по учебной практике не в полном объеме:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• не в полной мере осуществил подборку необходимых нормативных правовых документов в соответствии с объектом исследования;</li> <li>• в период прохождения учебной практики выполнил спектр функций, которые частично соответствуют области профессиональной деятельности;</li> <li>• во время защиты ответил на вопросы по существу без должной аргументации;</li> <li>• оформил отчет о прохождении учебной</li> </ul>

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Критерии оценки, балл
			<p>практики с недостатками;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• имеет характеристику по освоению профессиональных компетенций в период прохождения учебной практики от Организации с указанием отдельных недостатков;</li> <li>• имеет положительное заключение об уровне освоения обучающимся профессиональных компетенций, содержащееся в аттестационном листе.</li> </ul> <p>– <b>0 - 44</b> – выставляется, если обучающийся не выполнил индивидуальный план работы по учебной практике;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• не осуществил подборку необходимых нормативных правовых документов в соответствии с объектом исследования;</li> <li>• в период прохождения учебной практики выполнил спектр функций, которые не соответствуют области профессиональной деятельности;</li> <li>• во время защиты не ответил на заданные вопросы или ответил неверно, не по существу;</li> <li>• неправильно оформил отчет о прохождении учебной практики;</li> <li>• имеет отрицательную характеристику по освоению профессиональных компетенций в период прохождения учебной практики от Организации;</li> <li>• имеет отрицательное заключение об уровне освоения обучающимся профессиональных компетенций, содержащееся в аттестационном листе.</li> </ul> <p><b><u>Итоговая оценка:</u></b>  <b>Зачтено с оценкой:</b>  <b>«Отлично» -90-100;</b></p>

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Критерии оценки, балл
			«Хорошо» -89-70; «Удовлетворительно» -69-50; «Неудовлетворительно» - 49-0
3	Дифференцированный зачет (МДК.04.01) ОК 1 – ОК 11, ПК 4.1 – ПК 4.3	<p>Дифференцированный зачет – это зачет с оценкой, который представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя:</p> <p>Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;</p> <p>Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности;</p> <p>Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины</p>	<p>Выполнение обучающимся заданий билета оценивается по следующей балльной шкале: Задание 1: 0-30 баллов Задание 2: 0-30 баллов Задание 3: 0-40 баллов</p> <p><b>«Зачтено»</b> — <b>90-100 (отлично)</b>– ответ правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат. — <b>70 -89 (хорошо)</b> – ответ в целом правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат. — <b>50-69 (удовлетворительно)</b> – ответ в основном правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. <b>«Не зачтено»</b> — <b>менее 50 (неудовлетворительно)</b> – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные.</p>

### Типовые задания для проведения промежуточной аттестации по МДК.04.01 «Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности»

#### Задание 1-го типа

1. Рекламный менеджмент: понятие и принципы
2. Классификация управленческой деятельности в сфере рекламы
3. Субъекты и объекты рекламного менеджмента
4. Рекламная активность предприятия

5. Субъекты рекламного рынка
6. Выбор рекламного агентства
7. Взаимодействие рекламодателя и рекламного агентства
8. Проблемы сотрудничества
9. Смена рекламного агентства
10. Управление исполнением заказов в рекламном агентстве
11. Взаимодействие рекламодателя со средствами массовой информации
12. Взаимодействие рекламного агентства со средствами массовой информации
13. Задачи рекламной деятельности
14. Планирование рекламной деятельности
15. Организация рекламной деятельности
16. Координация рекламной деятельности
17. Контроль рекламной деятельности
18. Управление персоналом в рекламном бизнесе
19. Характеристики успешных рекламных кампаний
20. Планирование рекламных кампаний
21. Стратегии позиционирования в рекламе
22. Информация для создания рекламного проекта
23. Исследования в сфере рекламы: типы, задачи, направления
24. Тестирование: цели, объекты, организация
25. Методы получения первичной информации. Работа с фокус- группами
26. Содержание сметы затрат
27. Математические модели в рекламной деятельности
28. Экономическая эффективность рекламной деятельности
29. Коммуникативная эффективность рекламной деятельности
30. Факторы, влияющие на эффективность рекламной кампании
31. Причины снижения эффективности рекламы
32. Методы определения эффективности рекламы
33. Методы оценки стоимости бренда
34. Методы оценки интегрированности маркетинговых коммуникации
35. Медиапланирование: понятие, задачи, место в рекламном процессе
36. Проблемы, связанные с медиапланированием
37. Медиации и медиастратегии
38. Исследования в медиапланировании
39. Особенности и медиаисследований для различных рекламных средств
40. Основные медиахарактеристики (рейтинг, охват, GPR)
41. Целевая аудитория: понятие, способы описания
42. Способы оценки медиааудитории
43. Правила выбора медиасредств для рекламной кампании
44. Экономические характеристики и оптимизация размещения рекламных сообщений (СРР, СРТ)
45. Концепции эффективной частоты

46. Концепция Resensy
47. Этапы медиапланирования
48. Содержание медиаплана
49. Программное обеспечение для медиапланирования
50. Этно-культурные проблемы международной рекламной кампании
51. Распределение полномочий между материнской и дочерними компаниями в рамках разработки рекламной кампании
52. Особенности планирования международной рекламной кампании
53. Кризисная ситуация: понятие и виды
54. Кризисная коммуникация: цели, характерные черты, стратегии
55. Планирование действий на период кризиса
56. Предпосылки регулирования рекламного бизнеса
57. Средства защиты, предоставляемые государством
58. Саморегулирование рекламного бизнеса
59. Система регулирования рекламной деятельности
60. Законодательство о рекламе

### ***Задание 2-го типа***

1. Эмоциональная и рациональная реклама, мягкая и жесткая реклама.  
Приведите примеры
2. Понятие и типы рекламных кампаний. Приведите примеры
3. Типы брифов. Приведите примеры
4. Методы определения рекламных бюджетов. Приведите примеры
5. Методы распределения рекламных бюджетов. Приведите примеры
6. Реклама в прессе. Приведите примеры
7. Реклама на радио. Приведите примеры
8. Наружная реклама и ее виды. Приведите примеры
9. Задачи фирменного стиля. Приведите примеры.
10. Классификация товарных знаков. Приведите примеры
11. Дизайнерское решение рекламы. Приведите примеры
12. Рекламные исследования. Приведите примеры
13. Паблик рилейшнз (“public relations”): определение, значение, формы.  
Приведите примеры
14. Слоган: значение и рекомендации. Приведите примеры
15. Составление сценария аудиоролика. Приведите примеры
16. Составление сценария видеоролика. Приведите примеры
17. Составление сценария компьютерного ролика. Приведите примеры
18. Способы привлечения читательского внимания. Приведите примеры
19. Основные приемы тестирования. Приведите примеры
20. Психология цвета и формы. Приведите примеры
21. Виды и назначение косвенной рекламы. Приведите примеры
22. Законы, заветы и общие правила рекламы. Приведите примеры



23. Коммуникативная (психологическая) эффективность рекламы.  
Приведите примеры

24. Методы определения затрат на рекламу, бюджет рекламной деятельности. Приведите примеры

25. Проведение презентаций, торгово-промышленных выставок и ярмарок.  
Приведите примеры

### ***Задание 3-го типа***

Разработать плана рекламное стратегии для известной фирмы по (фирму выбирает преподаватель). Рассчитать затраты на производство рекламы, определить рекламный бюджет. Рассчитать экономическую эффективность рекламной кампании. Сформировать пакет документов для регистрации рекламного продукта.

### **Типовые задания для проведения промежуточной аттестации - экзамена квалификационного**

#### ***Задание 1-го типа***

61. Рекламный менеджмент: понятие и принципы
62. Классификация управленческой деятельности в сфере рекламы
63. Субъекты и объекты рекламного менеджмента
64. Рекламная активность предприятия
65. Субъекты рекламного рынка
66. Выбор рекламного агентства
67. Взаимодействие рекламодателя и рекламного агентства
68. Проблемы сотрудничества
69. Смена рекламного агентства
70. Управление исполнением заказов в рекламном агентстве
71. Взаимодействие рекламодателя со средствами массовой информации
72. Взаимодействие рекламного агентства со средствами массовой информации
73. Задачи рекламной деятельности
74. Планирование рекламной деятельности
75. Организация рекламной деятельности
76. Координация рекламной деятельности
77. Контроль рекламной деятельности
78. Управление персоналом в рекламном бизнесе
79. Характеристики успешных рекламных кампаний
80. Планирование рекламных кампаний
81. Стратегии позиционирования в рекламе
82. Информация для создания рекламного проекта
83. Исследования в сфере рекламы: типы, задачи, направления
84. Тестирование: цели, объекты, организация

85. Методы получения первичной информации. Работа с фокус- группами
86. Содержание сметы затрат
87. Математические модели в рекламной деятельности
88. Экономическая эффективность рекламной деятельности
89. Коммуникативная эффективность рекламной деятельности
90. Факторы, влияющие на эффективность рекламной кампании
91. Причины снижения эффективности рекламы
92. Методы определения эффективности рекламы
93. Методы оценки стоимости бренда
94. Методы оценки интегрированности маркетинговых коммуникации
95. Медиапланирование: понятие, задачи, место в рекламном процессе
96. Проблемы, связанные с медиапланированием
97. Медиации и медиастратегии
98. Исследования в медиапланировании
99. Особенности, и медиаисследований для различных рекламных средств
100. Основные медиахарактеристики (рейтинг, охват, GPR)
101. Целевая аудитория: понятие, способы описания
102. Способы оценки медиааудитории
103. Правила выбора медиасредств для рекламной кампании
104. Экономические характеристики и оптимизация размещения рекламных сообщений (СРР, СРТ)
105. Концепции эффективной частоты
106. Концепция Resensy
107. Этапы медиапланирования
108. Содержание медиаплана
109. Программное обеспечение для медиапланирования
110. Этно-культурные проблемы международной рекламной кампании
111. Распределение полномочий между материнской и дочерними компаниями в рамках разработки рекламной кампании
112. Особенности планирования международной рекламной кампании
113. Кризисная ситуация: понятие и виды
114. Кризисная коммуникация: цели, характерные черты, стратегии
115. Планирование действий на период кризиса
116. Предпосылки регулирования рекламного бизнеса
117. Средства защиты, предоставляемые государством
118. Саморегулирование рекламного бизнеса
119. Система регулирования рекламной деятельности
120. Законодательство о рекламе

### ***Задание 2-го типа***

26. Эмоциональная и рациональная реклама, мягкая и жесткая реклама. Приведите примеры
27. Понятие и типы рекламных кампаний. Приведите примеры

28. Типы брифов. Приведите примеры
29. Методы определения рекламных бюджетов. Приведите примеры
30. Методы распределения рекламных бюджетов. Приведите примеры
31. Реклама в прессе. Приведите примеры
32. Реклама на радио. Приведите примеры
33. Наружная реклама и ее виды. Приведите примеры
34. Задачи фирменного стиля. Приведите примеры.
35. Классификация товарных знаков. Приведите примеры
36. Дизайнерское решение рекламы. Приведите примеры
37. Рекламные исследования. Приведите примеры
38. Паблик рилейшнз (“public relations”): определение, значение, формы.

Приведите примеры

39. Слоган: значение и рекомендации. Приведите примеры
40. Составление сценария аудиоролика. Приведите примеры
41. Составление сценария видеоролика. Приведите примеры
42. Составление сценария компьютерного ролика. Приведите примеры
43. Способы привлечения читательского внимания. Приведите примеры
44. Основные приемы тестирования. Приведите примеры
45. Психология цвета и формы. Приведите примеры
46. Виды и назначение косвенной рекламы. Приведите примеры
47. Законы, заветы и общие правила рекламы. Приведите примеры
48. Коммуникативная (психологическая) эффективность рекламы.

Приведите примеры

49. Методы определения затрат на рекламу, бюджет рекламной деятельности. Приведите примеры

50. Проведение презентаций, торгово-промышленных выставок и ярмарок.

Приведите примеры

### ***Задание 3-го типа***

1. Основы медиапланирования?
2. Медиапланирование и медиастратегия компании?
3. Медиапланирование: основные термины и показатели?
4. Выбор видов рекламы и средств её размещения?
5. Разработка и выбор средств распространения рекламы?
6. Ценообразование в области размещения рекламной продукции?
7. Разработка плана-графика размещения рекламы?
8. Представление медиаплана заказчику?
9. Рекламный бюджет?
10. Общие положения о рекламном бюджете?

***Типовые задания для проведения промежуточной аттестации – дифференцированный зачет по производственной практике***

1. Экономическая эффективность и ее критерии.

2. Рентабельность рекламы.
3. Оценка эффективности видов и средств (носителей) рекламы.
4. Авторское право на рекламу.
5. Объекты авторского права в рекламе. Авторы.
6. Ответственность за нарушение авторских прав.
7. Авторский договор.
8. Фрилансеры.
9. Регистрации авторских прав.
10. Оформление и подготовка документов на регистрацию авторских прав.
11. Правила регистрации авторского права.
12. Международная регистрация прав Copyright.
13. Торговый знак в рекламе.

### **Тестовые задания**

1. К рекламной деятельности относятся методы воздействия на потребителей:

( 3 ответа)

- а) Интеллектуальные
- б) Административные**
- в) Психологические**
- г) Эмоциональные**

2. На стадии подготовки рынка к продажам нового товара задачей рекламы является:

- а) Стимулирование покупки
- б) Информация о местах продажи
- в) Формирование потенциальных потребителей
- г) Стабилизация круга покупателей**

3. Укажите, какая реклама должна использоваться на стадии насыщения рынка товаром фирмы:

- а) Информативная реклама
- б) Побудительная реклама**
- в) Напоминающая реклама
- г) Сравнительная реклама

4. Сброшюрованное или сфальцованное печатное издание, информирующее о каком-либо конкретном товаре или группе товаров:

- а) Каталог**
- б) Буклет

в) Проспект

г) Плакат

д) Листовка

5. К какому рынку рекламы относится видеоэкспрессинформация:

а) Радиореклама

**б) Телереклама**

в) Видеофильмы

г) Кинофильмы

## **ПРИЛОЖЕНИЯ**

# **ФОРМЫ ОТЧЕТНОСТИ И ШАБЛОНЫ ДОКУМЕНТОВ ПО УЧЕБНОЙ И ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКАМ**



## ПРИЛОЖЕНИЕ 1

(обучающийся проходит практику  
на базе Университета «Синергия»)

### УТВЕРЖДАЮ

Директор по УМР Омского  
филиала Университета «Синергия»  
\_\_\_\_\_ **Т.А. Скобелина**  
Ф.И.О.  
МП

### Шаблон индивидуального задания

### Индивидуальное задание

по практике

по профессиональному модулю \_\_\_\_\_

обучающегося группы \_\_\_\_\_

шифр и номер группы

\_\_\_\_\_  
(Ф.И.О.)

№ п/п	Виды работ	Период выполнения работ
	<p><b>Ознакомительная лекция, включая инструктаж по соблюдению правил противопожарной безопасности, правил охраны труда, техники безопасности, санитарно-эпидемиологических правил и гигиенических нормативов.</b></p> <p>Ознакомиться с кругом обязанностей по определенным видам работ, связанным с будущей профессиональной деятельностью, а также уточнить правила в отношении субординации, внешнего вида, внутреннего трудового распорядка и режима конфиденциальности.</p> <p>Пройти инструктаж по соблюдению правил противопожарной безопасности, правил охраны труда, техники безопасности, санитарно-эпидемиологических правил и гигиенических нормативов (в случае медицинских противопоказаний к выполнению определенных видов деятельности – принести подтверждающую справку из медицинского учреждения).</p>	
	<p><b>Изучение организационной структуры подразделения прохождения практики.</b></p> <p>Знакомство с профилем деятельности организации в целом и со структурой подразделения прохождения практики.</p> <p>Изучение нормативных документов, регламентирующих деятельность организации.</p> <p>....</p> <p>....</p>	

№ п/п	Виды работ	Период выполнения работ
	....	
	<b>Сбор информации об объекте практики и анализ источников.</b> .... .... ....	
	<b>Экспериментально-практическая работа. Приобретение необходимых умений и первоначального опыта практической работы по специальности в рамках освоения вида деятельности _____</b> _____. .... .... ....	
	<b>Обработка и систематизация полученного фактического материала.</b> С целью подготовки к сдаче экзамена (квалификационного) по профессиональному модулю _____ осуществить комплексный анализ результатов выполненных видов работ, оформить презентационные материалы.	
	<b>Оформление отчетных документов о прохождении практики и экспертная оценка результатов ее прохождения.</b> <i>Оформить отчет о прохождении практики в формате презентации PowerPoint, содержащий базовую и информационно-вспомогательную информацию, согласно структуре, указанной в Приложении 1 к настоящему индивидуальному заданию.</i> Разместить полностью оформленный комплект отчетной документации по практике в электронной информационно-образовательной среде Университета «Синергия» на платформе lms.synergy.ru руководителю практики от Образовательной организации для экспертной оценки результатов ее прохождения.	

Обучающийся индивидуальное задание получил(а): \_\_\_\_\_  
подпись расшифровка



## Шаблон приложения к индивидуальному заданию

### Приложение 1 к индивидуальному заданию

#### Шаблон оформления титульного листа отчета



**СИНЕРГИЯ**  
НЕГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«МОСКОВСКИЙ ФИНАНСОВО-ПРОМЫШЛЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ «СИНЕРГИЯ»  
Колледж «Синергия»  
Кафедра/ Департамент \_\_\_\_\_

**Отчет**  
**о прохождении \_\_\_\_\_ практики**  
**по профессиональному модулю**

\_\_\_\_\_

**в период с «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. по «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.**

Специальность \_\_\_\_\_

ФИО обучающегося: \_\_\_\_\_  
Группа: \_\_\_\_\_  
ФИО руководителя: \_\_\_\_\_

#### Шаблон оформления структуры отчета

Содержание

---



## Шаблон аттестационного листа



### Аттестационный лист

\_\_\_\_\_

(Ф.И.О. обучающегося)

обучающий(ая)ся \_\_\_\_\_ курса группы \_\_\_\_\_ по специальности \_\_\_\_\_, успешно прошел(ла)

\_\_\_\_\_ (наименование вида практики)

по профессиональному модулю \_\_\_\_\_ в

объеме \_\_\_\_\_ часов с « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_ года по « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_ года:

#### **Заключение-анализ результатов освоения программы практики:**

Индивидуальное задание по \_\_\_\_\_ практике по профессиональному модулю \_\_\_\_\_ обучающимся (нужное отметить ✓):

выполнено;

выполнено не в полном объеме;

не выполнено;

#### **Работа с источниками информации (нужное отметить ✓):**

##### **Обучающийся:**

осуществил подборку необходимых документов и статистических данных, которые могут быть использованы при подготовке к сдаче экзамена (квалификационного);

осуществил подборку необходимых документов и статистических данных, которые частично могут быть использованы при подготовке к сдаче экзамена (квалификационного);

не осуществил подборку необходимых документов и статистических данных, или данные материалы не могут быть использованы при подготовке к сдаче экзамена (квалификационного);

Владение материалом по \_\_\_\_\_ практике (нужное отметить ✓):

##### **Обучающийся:**

умело анализирует полученный во время практики материал;

анализирует полученный во время практики материал;

недостаточно четко и правильно анализирует полученный во время практики материал;

неправильно анализирует полученный во время практики материал;

Задачи, поставленные на период \_\_\_\_\_ практики,

обучающимся (нужное отметить ✓):

- решены в полном объеме;
- решены в полном объеме, но не полностью раскрыты;
- решены частично, нет четкого обоснования и детализации;
- не решены;

**Спектр выполняемых обучающимся функций в период прохождения**  
**\_\_\_\_\_ практики области профессиональной деятельности**  
**по профессиональному модулю \_\_\_\_\_ (нужное отметить ✓):**

- соответствует;
- в основном соответствует;
- частично соответствует;
- не соответствует;

**Оформление обучающимся отчета по \_\_\_\_\_ практике (нужное**  
**отметить ✓):**

- отчет о прохождении практики оформлен правильно;
- отчет о прохождении практики оформлен с незначительными недостатками;
- отчет о прохождении практики оформлен с недостатками;
- отчет о прохождении практики оформлен неверно.

**Аттестуемый продемонстрировал владение следующими общими и профессиональными**  
**компетенциями:**

Код	Содержание компетенции	Уровень освоения обучающимся (нужное отметить ✓)*
<b>Общие компетенции</b>		
ОК ...	...	высокий средний низкий
ОК ...	...	высокий средний низкий
ОК ...	...	высокий средний низкий
ОК ...	...	высокий средний низкий
<b>Профессиональные компетенции</b>		
ПК ...	...	высокий средний низкий
ПК ...	...	высокий средний

		низкий
ПК ...	...	высокий средний низкий
ПК ...	...	высокий средний низкий

Примечание:

Высокий уровень – обучающийся уверенно демонстрирует готовность и способность к самостоятельной профессиональной деятельности не только в стандартных, но и во внештатных ситуациях.

Средний уровень – обучающийся выполняет все виды профессиональной деятельности в стандартных ситуациях уверенно, добросовестно, эффективно.

Низкий уровень – при выполнении профессиональной деятельности обучающийся нуждается во внешнем сопровождении и контроле.

### **Показатели и критерии оценивания результатов прохождения практики:**

<b>№ п/п</b>	<b>Наименование показателя</b>	<b>Максимальное количество баллов</b>	<b>Оценка качества выполнения каждого вида работ (в баллах)</b>
<b>Качество подобранных материалов для проведения анализа</b>			
1.1.	Наличие источников информации в соответствии с индивидуальным заданием	5	
1.2.	Наличие актуальных первичных данных, материалов	5	
<b>Качественная оценка проведенного анализа источников и собранных материалов</b>			
2.1.	Выполнение требований к содержательной части отчета, соответствие видов работы индивидуальному заданию	20	
2.2.	Оценка степени самостоятельности проведенного анализа	20	
2.3.	Оценка качества проведенного анализа собранных материалов, данных	20	
<b>Выполнение общих требований к проведению практики</b>			
3.1.	Выполнение требований к экспериментально-практической работе в рамках освоения вида деятельности ВД _____ _____	20	
3.2.	Выполнение требований к оформлению отчета по практике в формате презентации PowerPoint, содержащего базовую и информационно-вспомогательную информацию по итогам ее прохождения	10	
	<b>Итого:</b>	100	

Замечания руководителя практики от Образовательной организации:

---

---

---

---

**Руководитель практики  
от Образовательной организации**

---

*(Ф.И.О.)*

*(подпись)*

**Омский филиал  
негосударственного образовательного частного учреждения  
высшего образования  
«Московский финансово-промышленный университет  
«Синергия»**

---

**УТВЕРЖДЕНО**  
на заседании Ученого совета Университета  
«Синергия»  
протокол № 5 от 25.05.2023 г.



**Программа профессионального модуля  
ПМ.05 «Выполнение работ по одной или  
нескольким профессиям рабочих, должностям  
служащих»**

**(МДК.05.01. Выполнение работ по профессии «Агент  
рекламный»; ПП.05.01 Производственная практика (по  
профилю специальности); ПМ.05.ЭК Экзамен  
квалификационный)**

**Специальность: 42.02.01 Реклама**

**Квалификация выпускника: *Специалист по рекламе***

**Форма обучения: *очная***

## Содержание

I. Паспорт рабочей программы профессионального модуля ПМ.05 «Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих» .....	3
II. Результаты освоения профессионального модуля .....	4
III. Структура и содержание профессионального модуля ПМ.05. "Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих " .....	7
IV. Условия реализации программы.....	23
V. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля .....	33
VI. ПРИЛОЖЕНИЯ.....	57

# **I. Паспорт рабочей программы профессионального модуля ПМ.05 «Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих»**

## **Область применения программы**

Рабочая программа профессионального модуля – является частью программы подготовки специалистов среднего звена (ППССЗ) в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 510 от 12.05.2014г. и является частью основной профессиональной образовательной программы по специальности в части освоения вида профессиональной деятельности: «Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих», и соответствующих профессиональных компетенций» (ПК):

ПК 5.1. Осуществлять работу с клиентами: по поиску, привлечению и ведению переговоров, а также владеть технологиями продаж.

ПК 5.2. Принимать участие в рекламных акциях в качестве исполнителя или посредника по предоставлению рекламных услуг.

ПК 5.3. Обеспечивать контакты с производителями рекламы, средствами массовой информации по вопросам производства, размещения и продвижения рекламного продукта, используя современные информационные и коммуникационные средства.

ПК 5.4. Использовать офисную оргтехнику, информационные и коммуникационные технологии при оформлении договорной и финансовой документации с заказчиком, применяя в работе правовые нормы рекламного законодательства, регулирующие взаимоотношения по оказанию услуг.

ПК 5.5. Составлять и оформлять тексты рекламных объявление с использованием компьютерных технологий для обработки текстовой информации. Владеть начальными приемами создания и обработки.

## **Место профессионального модуля в учебном процессе**

Профессиональный модуль ПМ.05 «Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих» относится к разделу профессиональных модулей профессионального учебного цикла учебного плана подготовки специалистов СПО по специальности 42.02.01 Реклама, включает в себя: изучение МДК.05.01 «Выполнение работ по профессии «Агент рекламный»» и прохождение практик: производственной (по профилю специальности).

**Цели освоения профессионального модуля – требования к результатам освоения**

*Целью изучения* профессионального модуля является формирование у студентов специальных знаний, принципов и навыков необходимых для



выполнения функций и должностных обязанностей рекламного агента.

**Задачи** профессионального модуля:

- расширение профессионального кругозора обучающихся;
- изучение основ организации рекламной деятельности;
- знакомство с основными нормативными документами, регламентирующими рекламную деятельность.

### **Цели и задачи производственной практики**

**Цель производственной практики** - формирование у обучающегося общих и профессиональных компетенций, приобретение практического опыта в рамках профессионального модуля ОПОП СПО в области выполнения работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих, предусмотренных ФГОС СПО по специальности.

**Задачи производственной практики:**

1. Применение специальных теоретических знаний, полученных в рамках профессионального модуля, при выполнении конкретных
2. Развитие коммуникативных умений, усвоение этических правил, норм и принципов в профессиональной деятельности;
3. Приобретение опыта работы в рекламной сфере, в профессиональной деятельности.

## **II. Результаты освоения профессионального модуля**

**В результате освоения профессионального модуля, обучающийся должен:**

***иметь практический опыт:***

- ведения переговоров с заказчиком;
- использования офисной оргтехники, информационных и коммуникационных технологий при получении и оформлении заказа;
- оформления договорной и финансовой документации при работе с заказчиком;
- организации связи со средствами массовой информации;
- создания и оформления простых текстов рекламных объявлений;
- работы в рекламных акциях в качестве исполнителя;
- использования современных информационных и коммуникационных средств продвижения рекламы;
- использования информационных технологий для обработки текстовой информации;
- использования информационных технологий для получения и несложной обработки графической информации.

***уметь***

- контактировать с заказчиками рекламного продукта и вести переговоры с заказчиком;

- осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг;
- выбирать и использовать различные виды средств распространения рекламы;
  - проводить основные мероприятия связей с общественностью;
  - применять средства связи;
  - использовать способы оперативной полиграфии;
  - использовать вычислительные средства в рекламной деятельности;
  - контактировать с производителями рекламы по вопросам производства и размещения;
  - пользоваться специализированным программным обеспечением для обработки графических изображений;
  - использовать технологии цифровой фотографии;
  - оцифровывать текстовую и графическую информацию;
- знать:**
  - виды рекламной деятельности;
  - виды рекламных средств и средств распространения рекламы;
  - требования к рекламированию товаров и услуг, установленные законом;
  - субъекты рекламного процесса и их взаимодействие;
  - правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию рекламных услуг;
  - ответственность участников рекламного процесса за ненадлежащую рекламу;
  - социально-психологические основы рекламы;
  - факторы и методы воздействия рекламы на человека;
  - факторы, влияющие на покупку товаров;
  - информационные материалы связей с общественностью, их виды;
  - средства составления оригиналов текстовых документов;
  - основные виды производства рекламного продукта;
  - правила составления текстов рекламных объявлений;
  - основные средства компьютерной обработки информации;
  - направления рекламной работы;
  - содержание рекламной информации;
  - применяемые средства рекламы;
  - рекламные мероприятия;
  - понятия о разделении рекламных функций оптовой, розничной торговли и промышленности.

## Компетенции, формируемые в результате освоения профессионального модуля

Процесс изучения дисциплин и прохождения практик профессионального модуля ПМ.05 «Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих», а также прохождение практик, направлен на формирование компетенций, предусмотренных Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама.

В результате освоения профессионального модуля (включая МДК.05.01 «Выполнение работ по профессии «Агент рекламный»»), производственную практику (по профилю специальности)) студент должен обладать следующими общими (ОК) и профессиональными (ПК) компетенциями, включающими в себя способность:

Код	Наименование результата обучения
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 5.1	Осуществлять работу с клиентами: по поиску, привлечению и ведению переговоров, а также владеть технологиями продаж.
ПК 5.2	Принимать участие в рекламных акциях в качестве исполнителя или посредника по предоставлению рекламных услуг.
ПК 5.3	Обеспечивать контакты с производителями рекламы, средствами массовой информации по вопросам производства, размещения и продвижения рекламного продукта, используя современные информационные и коммуникационные средства

<b>Код</b>	<b>Наименование результата обучения</b>
ПК 5.4	Использовать офисную оргтехнику, информационные и коммуникационные технологии при оформлении договорной и финансовой документации с заказчиком, применяя в работе правовые нормы рекламного законодательства, регулирующие взаимоотношения по оказанию услуг
ПК 5.5	Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений с использованием компьютерных технологий для обработки текстовой информации. Владеть начальными приемами создания и обработки

**III. Структура и содержание профессионального модуля ПМ.05.  
"Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих,  
должностям служащих "**

**Объем профессионального модуля**

<b>Наименование</b>	<b>Квалификация</b>
	<b>Реклама в медиа-индустрии</b>
	<b>часов</b>
<b>Максимальная нагрузка обучающихся по ПМ.05, в том числе</b>	<b>186</b>
МДК.05.01, с преподавателем	52
<b>Учебная практика</b>	-
<b>Производственная практика</b>	108
<b>Самостоятельная работа</b>	26
<b>Консультация</b>	-
<b>Экзамен квалификационный</b>	

### Тематический план профессионального модуля

Код профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практики)	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов
			Всего, часов	в т.ч. практические занятия, часов	в т.ч. курсовая работа, часов	Всего, часов	в т.ч. курсовая работа, часов		
	ПМ.05. Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих								
ОК 1 – ОК 11, ПК 5.1 – ПК 5.5	МДК.05.01. Выполнение работ по профессии "Агент рекламный"	78	52	26	-	26			
ОК 1 – ОК 11, ПК 5.1 – ПК 5.5	Производственная практика (по профилю специальности), часов	108							108
	<b>Всего:</b>	<b>186</b>	<b>52</b>	<b>26</b>		<b>26</b>			<b>108</b>

## Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ)

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения	Балл
<b>МДК.05.01. Выполнение работ по профессии "Агент рекламный"</b>		<b>78</b>		
<b>Модуль 1. Основные понятия рекламы</b>				
<b>Тема 1.1. История возникновения и развития рекламы</b> Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 5.1 – ПК 5.5	<i>Содержание учебного материала</i>	<b>2</b>		
	1. Введение. История развития рекламы. 2. Введение. История развития рекламы.	2	1	
	<b>Практические занятия:</b>	<b>2</b>		<b>4</b>
	1. Групповая дискуссия: «Развитие рекламы в России»	2		4
	<b>Самостоятельная работа:<sup>1</sup></b>	<b>4</b>		<b>4</b>
	1. Конспектирование лекционного материала Подготовка рефератов	4		4
<b>Тема 1.2 Характеристика и классификация рекламы.</b> Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 5.1 – ПК 5.5	<i>Содержание учебного материала</i>	<b>4</b>		
	1. Сущность рекламы. Цели и задачи рекламы. Функции рекламы. 2. Концепция рекламы. Классификация рекламы. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций.	4	1	

<sup>1</sup> Самостоятельная работа – это вид учебной деятельности, которую студент совершает в установленное время и в установленном объеме индивидуально или в группе, без непосредственной помощи преподавателя (преподаватель разъясняет цели, задачи её проведения, контролирует их понимание студентами, знакомит студентов с алгоритмами, требованиями, предъявляемыми к выполнению определённых видов заданий, проводит индивидуальную работу, направленную на формирование у студентов навыков по самоорганизации познавательной деятельности), руководствуясь сформированными ранее представлениями о порядке и правильности выполнения действий. Во время самостоятельной подготовки обучающиеся обеспечены доступом к сети Интернет (библиотека, читальный зал). Внеаудиторная работа сопровождается методическим обеспечением, которое подробно описано в, отдельно от РПУД сформированном, фонде оценочных средств по профессиональному модулю.

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения	Балл
	<b>Практические занятия:</b>	2		4
	1. Интерактивное занятие «Демонстрация рекламных материалов по основным видам рекламы» 2 Защита индивидуального проекта. Составление схемы: Классификация рекламы	2		4
	<b>Самостоятельная работа:</b>	2		4
	1. Конспектирование лекционного материала 2. Проработка учебной и специальной литературы по теме: «История возникновения и развития рекламы» 3. Подготовка рефератов	2		4
<b>Тема 1.3 Социально-психологические основы рекламы.</b> Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 5.1 – ПК 5.5	<b>Содержание учебного материала</b>	2		
	1. Реклама как метод управления людьми 2. Процесс воздействия и восприятия рекламы 3. Психология потребительской мотивации поведения покупателей	2	1	
	<b>Практические занятия:</b>	2		4

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения	Балл
	<p>1. Защита индивидуального проекта «Реклама как метод управления людьми».</p> <p>2 <i>Интерактивное занятие.</i> Решение ситуационных задач на тему: «Психология потребительской мотивации поведения покупателей».</p>	2		4
	<b>Самостоятельная работа:</b>	2		4
	<p>1. Конспектирование лекционного материала</p> <p>2. Проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы по теме: Социально-психологические основы рекламы</p> <p>3. Подготовка рефератов</p>	2		4
<b>Модуль 2. Правовое регулирование рекламной деятельности</b>				
<b>Тема 2.1. Правовое регулирование рекламной деятельности.</b> Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 5.1 – ПК 5.5	<b>Содержание учебного материала</b>	2		
	<p>1. Нормативно-правовое поле рекламы. Основные нормы правового регулирования рекламной деятельности на рынке товаров, работ, услуг</p> <p>2. Саморегулирование рекламной деятельности. Ответственность участников</p>	2	1	



Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения	Балл
	рекламного процесса за ненадлежащую рекламу			
	<b>Практические занятия:</b>	<b>4</b>		4
	1. Изучение Федерального закона «О рекламе».». 2. <i>Интерактивное занятие.</i> Решение ситуационных задач по теме: Правовое регулирование рекламной деятельности	4		4
	<b>Самостоятельная работа:</b>	<b>4</b>		4
	1. Конспект лекционного материала 2. Проработка учебной и специальной литературы по теме: Правовое регулирование рекламной деятельности 3. Подготовка рефератов	4		4
<b>Модуль 3. Рынок рекламы и его участники</b>				
<b>Тема 3.1. Рынок рекламы и его участники.</b> Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 5.1 – ПК 5.5	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>2</b>		
	1. Характеристика рынка рекламы на современном этапе в России и за рубежом. Участники рекламного процесса и их функции. 2. . Рекламная среда. Организационная схема рекламного	2	1	

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения	Балл
	<p>процесса.  Рекламодатель:  варианты организации рекламного процесса.  3 Организационная структура рекламных служб. Рекламное агентство: основные задачи, классификация, структура. Средства массовой информации. Структура СМИ</p>			
	<b>Практические занятия:</b>	2		4
	Защита индивидуального проекта «Участники рекламного процесса и их функции.»	2		4
	<b>Самостоятельная работа:</b>	2		4
	1. Конспект лекционного материала 2. Проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы по теме: Рынок рекламы и его участники 3. Подготовка рефератов	2		4
<b>Тема 3.3. Организация деловых коммуникаций на рынке рекламы.</b> Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 5.1 – ПК 5.5	<b>Содержание учебного материала</b>	2		
	1. Способы поиска и привлечения клиентов. Самореклама. Переговорный процесс с заказчиками. Способы решения конфликтов 2. Финансовая основа	2	1	

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения	Балл
	взаимоотношений с заказчиком. Формы, методы и виды оплаты работы рекламного агентства			
	<b>Практические занятия:</b>	<b>2</b>		8
	1. Защита индивидуального проекта «Технология привлечения клиентов	2		4
	2. <i>Интерактивное занятие.</i> Решение ситуационных задач «Переговоры с заказчиком»			4
	<b>Самостоятельная работа:</b>	<b>2</b>		4
	1. Конспект лекционного материала	2		
	2. Подготовка презентации по теме: Способы решения конфликтов.			
	3. Подготовка рефератов			4
<b>Модуль 4. Рекламные средства и средства распространения рекламы</b>				
<b>Тема 4.1. Рекламные средства и средства распространения рекламы.</b> Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 5.1 – ПК 5.5	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>2</b>		
	1. Понятие и общая классификация рекламных средств. Основные элементы рекламных средств и требования, предъявляемые к ним.	2	1	
	2. Понятие и общая классификация рекламных средств. Основные элементы рекламных средств и			

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения	Балл
	<p>требования, предъявляемые к ним. 3. Реклама прямого действия (direct mail). Печатная реклама. Рекламные сувениры. Выставки и ярмарки.</p>			
	<b>Практические занятия:</b>	2		4
	1. Защита индивидуального проекта Выбор средств размещения рекламы	2		4
	<b>Самостоятельная работа:</b>	2		4
	1. Конспект лекционного материала 2. Проработка учебной и специальной литературы по теме: Рекламные средства и средства распространения рекламы 3. Подготовка рефератов	2		4
<p><b>Тема 4.2. Рынок рекламы и его участники.</b> Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 5.1 – ПК 5.5</p>	<b>Содержание учебного материала</b>	2		
	1. История развития Public relations (PR). Роль Public relations (PR) в настоящее время. Понятие и сущность Public relations (PR). 2. Цели, задачи и функции Public relations. Информационные материалы Public	2	1	

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения	Балл
	relations. Организация мероприятий Public relations			
	<b>Практические занятия:</b>	2		4
	Защита индивидуального проекта «Рекламное агентство как необходимый субъект рекламного рынка»	2		4
	<b>Самостоятельная работа:</b>	2		4
	1. Конспект лекционного материала 2. Проработка учебной и специальной литературы по теме: Рынок рекламы и его участники 3. Подготовка рефератов	2		4
<b>Модуль 5. Средства составления и изготовления текстовых документов</b>				
<b>Тема 5.1. Современное оборудование офиса. Средства составления и изготовления текстовых документов. Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 5.1 – ПК 5.5</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	2		
	1. Оргтехника. Основные понятия. Классификация офисной техники ее характеристика. Роль оргтехники в современном мире. Средства оргтехники. Требования безопасности труда при работе на ПК. Охрана труда. 2. Средства составления и изготовления документов: пишущие	2	1	

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения	Балл
	машинки, организационные автоматы, диктофонная техника, печатающие устройства для персональных компьютеров. Программы, предназначенные для обработки текстовой информации.			
	<b>Практические занятия:</b>	2		8
	Защита индивидуального проекта Составление учебного кроссворда по теме: Требования безопасности труда при работе на ПК. Охрана труда. Оформление заказов на изготовление визиток. Составление классификации офисной техники	2		8
	<b>Самостоятельная работа:</b>	2		4
	1. Конспект лекционного материала 2. Проработка учебной и специальной литературы по теме: Современное оборудование офиса 3. Подготовка рефератов	2		
<b>Тема 5.2. Средства копирования и тиражирования</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	2		
	1. Классификация средств; средства	2	1	

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем документов.	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения	Балл
<p>Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 5.1 – ПК 5.5</p>	<p>копирования документов; средства оперативной полиграфии: электрографическое, термографическое, фотографическое, электронно - графическое, диазографическое копирование. 2. Гектографическая печать. Офсетная печать. Трафаретная, электронно - трафаретная печать. Ризографы</p>			
	<p><b>Практические занятия:</b></p>	2		4
	<p>1. Защита индивидуального проекта Копирование и оперативное размножение документов. 2. Анализ возможностей современного сканера, принтера, монитора, телевизора, проектора.</p>	2		4
	<p><b>Самостоятельная работа:</b></p>	2		4
	<p>1. Конспект лекционного материала 2. Проработка учебной и специальной литературы по теме: «Средства копирования и тиражирования документов» 3. Подготовка рефератов</p>	2		4

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения	Балл
<b>Тема 5.3. Средства обработки документов.</b> Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 5.1 – ПК 5.5	<i>Содержание учебного материала</i>	<b>2</b>		
	1. Адресовальные, маркировальные, штемпелевальные машины. Ламинаторы. Фальцевальные, биговальные, перфорирующие и резательные машины. Машины и устройства листоподборочные и сортировальные. 2. Скрепляющее, склеивающее и переплетное оборудование. Конвертовскрывающие и резательные машины. Машины для нанесения защитных покрытий на документы. Машины для уничтожения документов (Шредеры)	2	1	
	<b>Практические занятия:</b>	<b>2</b>		4
	1. Составление учебного кроссворда на тему: «Средства обработки документов» 2. Защита индивидуального проекта Анализ возможностей современных средств обработки документов..	2		4
<b>Модуль 6. Информационно-коммуникационные технологии и вычислительные средства</b>				
<b>Тема 6.1.</b>	<i>Содержание учебного</i>	<b>2</b>		



Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения	Балл
<b>Информационно-коммуникационные технологии и вычислительные средства.</b> Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 5.1 – ПК 5.5	<i>материала</i>			
	1. Характеристика систем административно-управленческой связи. Каналы систем связи: механические, акустические, оптические, электрические. Системы передачи недокументированной информации: телефонная связь, радиотелефонная связь, видеотелефонная связь, радиопоисковая связь. 2. Системы передачи документированной информации. Телеграфная, факсимильная, дейтефонная связь. Факсимильные аппараты, факсимильные сервис-системы. 3. Локальная система связи, ее назначение и характеристика. Телефонная связь, историческая справка. Иерархическая структура узлов телефонной сети. Мини-АТС. Пейджинговая, транковая и сотовая связь 4. Аппаратные средства: структура микрокомпьютера, архитектура ПК,	2	1	

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения	Балл
	отладочный стенд. Программное обеспечение: система команд, программные средства. Вычислительные средства: - многопроцессорные вычислительные системы (МПВС), - многомашинные вычислительные системы (ММВС). 5. Системы управления электронными документами. Создание электронных документов. Хранение электронных документов. Манипулирование электронными документами.			
	<b>Практические занятия:</b>	2		4
	1. Защита индивидуального проекта. Создание электронных документов	2		4
	<b>Самостоятельная работа:</b>	2		4
	1. Конспект лекционного материала 2. Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной экономической литературы (по вопросам к параграфам, разделам учебных пособий,	2		

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения	Балл
	составленным преподавателем) 3. Подготовка рефератов			4
<b>Самостоятельная работа:</b> <sup>2</sup> при изучении МДК.05.01, всего				
1. Работа с конспектами и со специальной литературой по рекламе. 2. Ознакомление и анализ с видами рекламной деятельности в интернете. 3. Изучение основной и дополнительной литературы; поиск информации в интернете и периодических изданиях. 4. Подготовка к практическим занятиям с использованием методических рекомендаций преподавателя				
<b>Производственная практика (по профилю специальности) итоговая по модулю</b>		<b>108</b>		<b>Дифф.зачет 100</b>
<b>Виды работ:</b> Ознакомиться с менеджментом в рекламном в агентстве. Изучить функции рекламного агентства. Изучить структуру организации и ее особенности. Ознакомиться с процессом формирования команды менеджеров. Изучить взаимоотношения в организации				Форма отчетности – отчет по практике, дневник прохождения практики
<b>Всего по МДК 05.01</b>		<b>78/26</b>	-	<b>100</b>
<b>Производственная практика</b>		<b>108</b>	-	<b>100</b>
<b>ВСЕГО: ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 6, ОК 7, ОК 8, ОК 9, ОК 10, ОК 11, ПК 5.1, ПК 5.2, ПК 5.3, ПК 5.4, ПК 5.5</b>		<b>78/26</b>		<b>Экзамен квалиф.</b>

<sup>2</sup> Самостоятельная работа – это вид учебной деятельности, которую студент совершает в установленное время и в установленном объеме индивидуально или в группе, без непосредственной помощи преподавателя (преподаватель разъясняет цели, задачи её проведения, контролирует их понимание студентами, знакомит студентов с алгоритмами, требованиями, предъявляемыми к выполнению определённых видов заданий, проводит индивидуальную работу, направленную на формирование у студентов навыков по самоорганизации познавательной деятельности), руководствуясь сформированными ранее представлениями о порядке и правильности выполнения действий. Во время самостоятельной подготовки обучающиеся обеспечены доступом к сети Интернет (библиотека, читальный зал). Внеаудиторная работа сопровождается методическим обеспечением, которое подробно описано в, отдельно от РПУД сформированном, фонде оценочных средств по профессиональному модулю.

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие методы:

1. ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
2. репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством);
3. продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач).

#### **IV. Условия реализации программы**

##### **Требования к минимальному материально-техническому обеспечению.**

##### **МДК.05.01. Выполнение работ по профессии «Агент рекламный»**

###### **Учебный кабинет**

*Учебная аудитория для проведения учебных занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, предусмотренных программой, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации*

###### **Основное оборудование:**

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя

###### **Технические средства обучения:**

персональный компьютер; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран)

###### **Мастерская «Багетная»**

###### **Основное оборудование:**

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; образцы багетной продукции; инструмент в ассортименте, расходные материалы

###### **Технические средства обучения:**

Персональный компьютер, набор демонстрационного оборудования (проектор, экран)

###### **Полигон «Мини-типография»**

###### **Основное оборудование:**

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя, персональные компьютеры; МФУ

###### **Технические средства обучения:**

Персональный компьютер, набор демонстрационного оборудования (проектор, экран)

### **Студия «Видеостудия»**

#### Основное оборудование:

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; цифровой фотоаппарат, ноутбук, МФУ, лампа, реквизиты для фото- и видео съемок, фурнитура

#### Технические средства обучения:

Персональный компьютер, набор демонстрационного оборудования (проектор, экран)

### **Студия «Фотостудия»**

#### Основное оборудование:

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; цифровой фотоаппарат, ноутбук, МФУ, лампа, реквизиты для фото- и видео съемок, фурнитура

#### Технические средства обучения:

Персональный компьютер, набор демонстрационного оборудования (проектор, экран)

### **Помещение для самостоятельной работы обучающихся**

#### Основное оборудование:

оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде

### **Актовый зал**

Специализированная мебель, микрофон, колонки

### **Библиотека**

Стеллажи, мебель

### **Читальный зал с выходом в сеть Интернет**

Стеллажи, мебель, ПК

## **ПП.05.01 Производственная практика (по профилю специальности);** **ПМ.05.ЭК Экзамен квалификационный**

### **Учебный кабинет**

*Учебная аудитория для проведения учебных занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, предусмотренных программой, в том числе групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации*

#### Основное оборудование:

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя,

стул преподавателя

Технические средства обучения:

персональный компьютер; набор демонстрационного оборудования  
(проектор, экран)

### **Мастерская «Багетная»**

Основное оборудование:

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; образцы багетной продукции; инструмент в ассортименте, расходные материалы

Технические средства обучения:

Персональный компьютер, набор демонстрационного оборудования  
(проектор, экран)

### **Полигон «Мини-типография»**

Основное оборудование:

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя, персональные компьютеры; МФУ

Технические средства обучения:

Персональный компьютер, набор демонстрационного оборудования  
(проектор, экран)

### **Студия «Видеостудия»**

Основное оборудование:

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; цифровой фотоаппарат, ноутбук, МФУ, лампа, реквизиты для фото- и видео съемок, фурнитура

Технические средства обучения:

Персональный компьютер, набор демонстрационного оборудования  
(проектор, экран)

### **Студия «Фотостудия»**

Основное оборудование:

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; цифровой фотоаппарат, ноутбук, МФУ, лампа, реквизиты для фото- и видео съемок, фурнитура

Технические средства обучения:

Персональный компьютер, набор демонстрационного оборудования  
(проектор, экран)

## **Помещение для самостоятельной работы обучающихся**

### **Основное оборудование:**

оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде

**При проведении образовательного процесса по дисциплине необходимо наличие:**

### ***лицензионное программное обеспечение:***

- Microsoft Windows 7 pro;
- Операционная система Microsoft Windows 10 pro;
- Операционная система Microsoft Windows Server 2012 R2;
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional 13;
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional 16;
- Комплексная Система Антивирусной Защиты Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition.

### ***электронно-библиотечная система:***

- Электронная библиотечная система (ЭБС) «Университетская библиотека ONLINE» <http://biblioclub.ru/>
- Электронно-образовательная система ЮРАЙТ <https://urait.ru/>
- Электронная библиотечная система (ЭБС) «Университетская библиотека ONLINE» <https://www.studentlibrary.ru>

### ***современные профессиональные баз данных:***

- Официальный интернет-портал базы данных правовой информации <http://pravo.gov.ru>.
- Портал Единое окно доступа к образовательным ресурсам <http://window.edu.ru/>

### ***информационные справочные системы:***

- Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования <http://fgosvo.ru>.

Компьютерная справочная правовая система «Консультант Плюс»  
(<http://www.consultant.ru/>)

**Активные и интерактивные образовательные технологии, используемые на занятиях:**

Вид занятия*	Используемые активные и интерактивные образовательные технологии
ТО	Технология коллективного обучения, проблемного и проектного обучения, технология развития критического мышления, разбор конкретных ситуаций, групповые дискуссии
ПР	Компьютерные и проектные технологии, мультимедийные технологии, технология коллективного обучения, игровые технологии, групповые дискуссии, психологические тренинги

\* ТО – теоретическое обучение, ПР – практические занятия, ЛР – лабораторные занятия.

**Перечень рекомендуемых учебных пособий, дополнительной литературы, Интернет-источников**

**Основная литература:**

1. Ананьева, Н. В. Рекламная деятельность : учебное пособие / Н. В. Ананьева, Ю. Ю. Сулова ; Сибирский федеральный университет. – Красноярск : Сибирский федеральный университет (СФУ), 2017. – 198 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. –

URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496962>

2. Сердобинцева, Е. Н. Структура и язык рекламных текстов : учебное пособие : [16+] / Е. Н. Сердобинцева. – 5-е изд., стер. – Москва : ФЛИНТА, 2021. – 161 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. –

URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=57575>

3. Блюм, М. А. Рекламная деятельность : учебное пособие / М. А. Блюм ; Тамбовский государственный технический университет. – Тамбов : Тамбовский государственный технический университет (ТГТУ), 2015. – 94 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=444670>

4. Васильев, Г. А. Основы рекламы : учебное пособие / Г. А. Васильев, В. А. Поляков. – Москва : Юнити-Дана, 2015. – 718 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114432>

5. Правовое регулирование рекламной деятельности : учебное пособие / Н. Д. Эриашвили, А. А. Романов, Г. А. Васильев [и др.]. – Москва : Юнити, 2015. – 240 с. – Режим доступа: по подписке. –

URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116651>

6. Евстафьев, В. А. Организация и практика работы рекламного агентства : учебник / В. А. Евстафьев, А. В. Молин. – 2-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2019. – 508 с. : ил., табл., схем. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=621637>

**Дополнительная литература:**

1. Измайлова, М. А. Психология рекламной деятельности : учебник /



М. А. Измайлова. – 5-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2021. – 444 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684290>

2. Шпаковский, В. О. Организация и проведение рекламных мероприятий посредством ВТЛ-коммуникаций : учебное пособие : [16+] / В. О. Шпаковский, Н. М. Чугунова, И. В. Кирильчук. – 4-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 128 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573190>

**Нормативные правовые акты (в редакции последних изменений на день использования нормативного правового акта):**

1. Конституция Российской Федерации. Принята всенародным голосованием 12 декабря 1993 г. // СЗ РФ. 1994. № 1. Ст. 1; (с изм. и доп.).

2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30 ноября 1994г. № 51-ФЗ // СЗ РФ. 1994. № 32. Ст. 3301 (с изм. и доп.).

3. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30 декабря 2001 г. № 195-ФЗ // СЗ РФ. 2002. № 1 (часть 1). Ст. 1 (с изм. и доп.).

4. Федеральный закон от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» // СЗ РФ. 2006. № 12. Ст. 1232 (с изм. и доп.).

5. Закон Российской Федерации от 7 февраля 1992 г. № 2300-1 «О защите прав потребителей» // Ведомости СНД и ВС РФ. 09.04.1992. № 15. Ст. 766 (с изм. и доп.).

**Официальные издания:**

1. Российская газета

2. Собрание законодательства Российской Федерации

**Электронные базы периодических изданий:**

1. Электронная библиотечная система (ЭБС) «Университетская библиотека ONLINE» <https://biblioclub.ru/>

2. Научная электронная библиотека <https://elibrary.ru/titles.asp>

**Современные профессиональные базы данных и информационные ресурсы сети Интернет:**

№	Наименование портала (издания, курса, документа)	Ссылка
1	Официальный интернет-портал базы данных правовой информации	<a href="http://pravo.gov.ru">http://pravo.gov.ru</a>
2	Российский портал открытого образования	<a href="http://www.edu.ru">http://www.edu.ru</a>
3	Российская национальная библиотека.	<a href="http://www.nlr.ru">http://www.nlr.ru</a>
4	Электронная библиотека Библиотекарь.Ру – книги, периодика, графика, справочная и техническая литература для учащихся средних и высших учебных заведений.	<a href="http://bibliotekar.ru">http://bibliotekar.ru</a>
5	Advertology. Наука о рекламе.	<a href="http://www.advertology.ru">http://www.advertology.ru</a>
6	Сайт, посвященный рекламодателям.	<a href="http://www.advesti.ru">http://www.advesti.ru</a>
7	RWR. Реклама в России.	<a href="http://www.rwr.ru">http://www.rwr.ru</a>

**Порядок проведения учебных занятий по профессиональному модулю ПМ.05 «Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих» (МДК.05.01. Выполнение работ по профессии «Агент рекламный») при освоении образовательной программы инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья**

Создание доступной среды для инвалидов и лиц с ОВЗ (далее – вместе лица/обучающиеся с ОВЗ) является одним из приоритетных направлений современной социальной политики. Доступное профессиональное образование для лиц с ОВЗ – одно из направлений социальной интеграции данной категории граждан в общество, поскольку образование – наиболее действенный социальный ресурс. Профессиональное образование позволяет лицам с ОВЗ повысить конкурентоспособность на рынке труда, создает основу для равных возможностей, повышает личностный статус.

Содержание рабочей программы профессионального модуля и условия организации обучения по данной рабочей программе профессионального модуля для инвалидов определяются в том числе в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида (при наличии), для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья - на основе образовательных программ, адаптированных при необходимости для обучения указанных обучающихся (части 1 и 8 статьи 79 Федерального закона от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»).

При обучении по данному профессиональному модулю обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются бесплатно специальные учебники и учебные пособия, иная учебная литература.

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации, обучающихся с ОВЗ в Омском филиале Университета Синергия созданы фонды оценочных средств, адаптированные для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья и позволяющие оценить достижение ими запланированных в ОПОП результатов обучения и уровень сформированности всех компетенций, заявленных в образовательной программе.

Текущий контроль успеваемости осуществляется преподавателем и/или обучающимся инвалидом или обучающимся с ограниченными возможностями здоровья в процессе проведения практических занятий и лабораторных работ, а также при выполнении индивидуальных работ и домашних заданий, или в режиме тренировочного тестирования в целях получения информации о выполнении обучаемым требуемых действий в процессе учебной деятельности; правильности выполнения требуемых действий; соответствии формы действия данному этапу усвоения учебного материала; формировании действия с должной мерой обобщения, освоения (в том числе автоматизированности, быстроты выполнения) и т.д. Текущий контроль успеваемости для обучающихся инвалидов и обучающихся с ограниченными возможностями здоровья имеет большое

значение, поскольку позволяет своевременно выявить затруднения и отставание в обучении и внести коррективы в учебную деятельность.

Форма проведения текущей и промежуточной аттестации для студентов-инвалидов устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.). При необходимости студенту-инвалиду предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на мероприятиях промежуточной аттестации.

Во исполнение приказов Минобрнауки России от 09.11.2015 № 1309 «Об утверждении Порядка обеспечения условий доступности для инвалидов объектов и предоставляемых услуг в сфере образования, а также оказания им при этом необходимой помощи», от 02.12.2015 № 1399 «Об утверждении Плана мероприятий («дорожной карты») Министерства образования и науки Российской Федерации по повышению значений показателей доступности для инвалидов объектов и предоставляемых на них услуг в сфере образования»), письма Минобрнауки России от 12.02.2016 № ВК-270/07 «Об обеспечении условий доступности для инвалидов объектов и услуг в сфере образования» проведены обследование объектов Омского филиала Университета Синергия и услуг в сфере образования, оказываемых ему, на предмет их доступности для лиц с ОВЗ, и паспортизация его зданий.

На основе Паспорта доступности для инвалидов объекта и предоставляемых на нем услуг в сфере образования, разработанного по форме согласно письму Минобрнауки России от 12.02.2016 № ВК-270/07, согласованного с общественной организацией Всероссийского общества инвалидов, утверждён план действий Университета Синергия по повышению значений показателей доступности для инвалидов его объектов и услуг в сфере образования, оказываемых им (Дорожная карта), на период до 2030 г. По итогам проведённой паспортизации Омский филиал Университета Синергия признан условно доступным для лиц с ограниченными возможностями здоровья, что является достаточным основанием для возможности пребывания указанных категорий граждан в Омском филиале Университета Синергия и предоставления им образовательных услуг с учетом дальнейшего увеличения степени его доступности на основе реализации мероприятий Дорожной карты.

Создание безбарьерной среды в Омском филиале Университета Синергия учитывает потребности следующих категорий инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья:

- с нарушениями зрения;
- с нарушениями слуха;
- с ограничением двигательных функций.

Обеспечение доступности прилегающей к Омскому филиалу Университета Синергия территории, входных путей, путей перемещения внутри здания для различных нозологий.

Территория Омского филиала Университета Синергия соответствует

условиям беспрепятственного, безопасного и удобного передвижения маломобильных студентов, обеспечения доступа к зданиям и сооружениям, расположенным на нем. Обеспечено доступность путей движения, наличие средств информационно-навигационной поддержки, дублирование лестниц подъемными устройствами, оборудование лестниц поручнями, контрастная окраска дверей и лестниц, выделение мест для парковки автотранспортных средств инвалидов и лиц с ОВЗ.

В Омском филиале Университета Синергия обеспечен один вход, доступный для лиц с нарушением опорно-двигательного аппарата. Помещения, где могут находиться люди на креслах-колясках, размещены на уровне доступного входа. При ином размещении помещений по высоте здания, кроме лестниц, предусмотрены, подъемные платформы для людей с ограниченными возможностями и лифт.

Комплексная информационная система для ориентации и навигации инвалидов и лиц с ОВЗ в архитектурном пространстве Омского филиала Университета Синергия включает визуальную, звуковую и тактильную информацию.

Наличие оборудованных санитарно-гигиенических помещений для студентов различных нозологий.

На каждом этаже обустроена одна туалетная кабина, доступная для маломобильных обучающихся. В универсальной кабине и других санитарно-бытовых помещениях, предназначенных для пользования всеми категориями студентов с ограниченными возможностями, установлены откидные опорные поручни, откидные сидения.

Наличие специальных мест в аудиториях для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

В каждом специальном помещении (учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования) предусмотрена возможность оборудования по 1 - 2 места для студентов-инвалидов по каждому виду нарушений здоровья - опорно-двигательного аппарата, слуха и зрения.

В стандартной аудитории первые столы в ряду у окна и в среднем ряду предусмотрены для обучаемых с нарушениями зрения и слуха, а для обучаемых, передвигающихся в кресле-коляске, - выделено 1 - 2 первых стола в ряду у дверного проема.

Для слабослышащих студентов использование сурдотехнических средств является средством оптимизации учебного процесса, средством компенсации утраченной или нарушенной слуховой функции.

Технологии беспроводной передачи звука (FM-системы) являются эффективным средством для улучшения разборчивости речи в условиях

профессионального обучения.

Учебная аудитория, в которой обучаются студенты с нарушением слуха, оборудована радиоклассом, компьютерной техникой, аудиотехникой (акустический усилитель и колонки), видеотехникой (мультимедийный проектор, экран), мультимедийной системой. Особую роль в обучении слабослышащих также играют видеоматериалы.

В Университете Синергия в наличии брайлевская компьютерная техника, программы-синтезаторы речи.

Компьютерные тифлотехнологии базируются на комплексе аппаратных и программных средств, обеспечивающих преобразование компьютерной информации в доступные для незрячей и слабовидящей формы (звуковое воспроизведение, рельефно-точечный или укрупненный текст), и позволяют обучающимся с нарушением зрения самостоятельно работать на обычном персональном компьютере с программами общего назначения.

Тифлотехнические средства, используемые в учебном процессе студентов с нарушениями зрения: средства для усиления остаточного зрения и средства преобразования визуальной информации в аудио и тактильные сигналы.

Для слабовидящих студентов в лекционных и учебных аудиториях предусмотрена возможность просмотра удаленных объектов (например, текста на доске или слайда на экране) при помощи видеоувеличителей для удаленного просмотра.

Для студентов с нарушениями опорно-двигательного аппарата используются альтернативных устройств ввода информации.

При процессе обучения по данному профессиональному модулю используются специальные возможности операционной системы Windows, такие как экранная клавиатура, с помощью которой можно вводить текст, настройка действий Windows при вводе с помощью клавиатуры или мыши.

При наличии обучающихся с ограниченными возможностями здоровья, необходимо предусмотреть выбор мест прохождения практик (включенных в данный профессиональный модуль), который должен учитывать состояние здоровья и требования по доступности. При наличии обучающихся с ограниченными возможностями здоровья, необходимо предусмотреть выбор мест прохождения практик (включенных в данный профессиональный модуль), который должен учитывать состояние здоровья и требования по доступности.

### **Общие требования к организации образовательного процесса**

Целью изучения профессионального модуля является приобретение обучающимися глубоких знаний о выполнении работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих, а также знаний об основных правилах профессиональной этики и приёмах делового общения.

При проведении занятий по профессиональному модулю используются различные формы обучения: лекции, уроки, семинары, практические занятия, в том числе с приглашением работников из ведущих рекламных компаний, деловые

игры, ознакомительные экскурсии.

Освоению профессионального модуля предшествует изучение учебных дисциплин «Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта» «Организация рекламного бизнеса».

В процессе обучения профессионального модуля предусмотрена производственная практика в объеме 108 часов.

Изучение программы модуля завершается квалификационным экзаменом, который предполагает представление портфолио профессиональных достижений студента и защиту методических материалов (См.Приложения).

При наличии обучающихся с ограниченными возможностями здоровья, необходимо предусмотреть выбор мест прохождения практик (включенных в данный профессиональный модуль), который должен учитывать состояние здоровья и требования по доступности.

### **Кадровое обеспечение образовательного процесса**

Реализация ППССЗ по специальности должна обеспечиваться педагогическими кадрами, имеющими высшее образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины (модуля). Опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы является обязательным для преподавателей, отвечающих за освоение обучающимся профессионального учебного цикла. Преподаватели получают дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации, в том числе в форме стажировки в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

### **V. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля**

Образовательное учреждение, реализующее подготовку по программе профессионального модуля, обеспечивает организацию и проведение текущего контроля и промежуточной аттестации.

Текущий контроль производится преподавателем в процессе обучения.

Обучение по профессиональному модулю завершается квалификационным экзаменом, который проводит экзаменационная комиссия.

Формы и методы текущего и итогового контроля по профессиональному модулю разрабатываются Омским филиалом Университета Синергия и доводятся до сведения обучающихся не позднее начала двух месяцев от начала обучения.

Для текущего и итогового контроля образовательным учреждением создаются фонды оценочных средств (ФОС).

ФОС включают в себя педагогические контрольно – измерительные материалы, предназначенные для определения соответствия (или несоответствия) индивидуальных образовательных достижений основным показателям результатов подготовки (таблицы).

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
<i>иметь практический опыт:</i>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ведения переговоров с заказчиком; ОК 1 – ОК 11, ПК 5.1 – ПК 5.5</li> </ul>	<p><u>Формы контроля обучения:</u> <i>Текущий контроль:</i> Практические занятия: практические занятия с практическими заданиями с использованием персонального компьютера, групповые дискуссии, психологические тренинги: прохождение практики (дневник практики, отчет по практике) Самостоятельная работа: эссе, выполнение домашних заданий</p> <p><i>Промежуточная аттестация</i> <u>Методы оценки результатов обучения:</u> - формализованное наблюдение за деятельностью студента и оценка на практическом занятии; - оценка самостоятельности и творческого подхода; - оценка выполнения индивидуальных заданий; - оценка степени участия в групповых дискуссиях, психологических тренингах деловых играх; - проверка и оценка отчета и дневника практик накопительная оценка</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• использования офисной оргтехники, информационных и коммуникационных технологий при получении и оформлении заказа; ОК 1 – ОК 11, ПК 5.1 – ПК 5.5</li> </ul>	<p><u>Формы контроля обучения:</u> <i>Текущий контроль:</i> Практические занятия: практические занятия с практическими заданиями с использованием персонального компьютера, групповые дискуссии, психологические тренинги: прохождение практики (дневник практики, отчет по практике) Самостоятельная работа: эссе, выполнение домашних заданий</p> <p><i>Промежуточная аттестация</i> <u>Методы оценки результатов обучения:</u> - формализованное наблюдение за деятельностью студента и оценка на практическом занятии; - оценка самостоятельности и творческого подхода; - оценка выполнения индивидуальных заданий; - оценка степени участия в групповых дискуссиях, психологических тренингах деловых играх; - проверка и оценка отчета и дневника практик накопительная оценка</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• оформления договорной и финансовой документации при работе с заказчиком; ОК 1 – ОК 11, ПК 5.1 – ПК 5.5</li> </ul>	<p><u>Формы контроля обучения:</u> <i>Текущий контроль:</i> Практические занятия: практические занятия с практическими заданиями с использованием персонального компьютера, групповые дискуссии, психологические тренинги: прохождение практики (дневник практики, отчет по практике) Самостоятельная работа: эссе, выполнение домашних заданий</p> <p><i>Промежуточная аттестация</i> <u>Методы оценки результатов обучения:</u> - формализованное наблюдение за деятельностью студента и оценка на практическом занятии; - оценка самостоятельности и творческого подхода; - оценка выполнения индивидуальных заданий; - оценка степени участия в групповых дискуссиях, психологических тренингах деловых играх; - проверка и оценка отчета и дневника практик накопительная оценка</p>

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
	<p>студента и оценка на практическом занятии;  - оценка самостоятельности и творческого подхода;  - оценка выполнения индивидуальных заданий;  - оценка степени участия в групповых дискуссиях, психологических тренингах деловых играх;  - проверка и оценка отчета и дневника практик  накопительная оценка</p>
<p>• организации связи со средствами массовой информации;  ОК 1 – ОК 11, ПК 5.1 – ПК 5.5</p>	<p><u>Формы контроля обучения:</u>  <i>Текущий контроль:</i>  Практические занятия: практические занятия с практическими заданиями с использованием персонального компьютера, групповые дискуссии, психологические тренинги: прохождение практики (дневник практики, отчет по практике)  Самостоятельная работа: эссе, выполнение домашних заданий  <i>Промежуточная аттестация</i>  <u>Методы оценки результатов обучения:</u> -  формализованное наблюдение за деятельностью студента и оценка на практическом занятии;  - оценка самостоятельности и творческого подхода;  - оценка выполнения индивидуальных заданий;  - оценка степени участия в групповых дискуссиях, психологических тренингах деловых играх;  - проверка и оценка отчета и дневника практик  накопительная оценка</p>
<p>• создания и оформления простых текстов рекламных объявлений;  ОК 1 – ОК 11, ПК 5.1 – ПК 5.5</p>	<p><u>Формы контроля обучения:</u>  <i>Текущий контроль:</i>  Практические занятия: практические занятия с практическими заданиями с использованием персонального компьютера, групповые дискуссии, психологические тренинги: прохождение практики (дневник практики, отчет по практике)  Самостоятельная работа: эссе, выполнение домашних заданий  <i>Промежуточная аттестация</i>  <u>Методы оценки результатов обучения:</u> -  формализованное наблюдение за деятельностью студента и оценка на практическом занятии;  - оценка самостоятельности и творческого подхода;  - оценка выполнения индивидуальных заданий;  - оценка степени участия в групповых дискуссиях, психологических тренингах деловых играх;  - проверка и оценка отчета и дневника практик  накопительная оценка</p>
<p>• работы в рекламных акциях в качестве исполнителя;  ОК 1 – ОК 11, ПК 5.1 – ПК 5.5</p>	<p><u>Формы контроля обучения:</u>  <i>Текущий контроль:</i>  Практические занятия: практические занятия с практическими заданиями с использованием персонального компьютера, групповые дискуссии, психологические тренинги: прохождение практики</p>



Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
	<p>(дневник практики, отчет по практике) Самостоятельная работа: эссе, выполнение домашних заданий <i>Промежуточная аттестация</i> <u>Методы оценки результатов обучения:</u> - формализованное наблюдение за деятельностью студента и оценка на практическом занятии; - оценка самостоятельности и творческого подхода; - оценка выполнения индивидуальных заданий; - оценка степени участия в групповых дискуссиях, психологических тренингах деловых играх; - проверка и оценка отчета и дневника практик накопительная оценка</p>
<p>• использования современных информационных и коммуникационных средств продвижения рекламы; ОК 1 – ОК 11, ПК 5.1 – ПК 5.5</p>	<p><u>Формы контроля обучения:</u> <i>Текущий контроль:</i> Практические занятия: практические занятия с практическими заданиями с использованием персонального компьютера, групповые дискуссии, психологические тренинги: прохождение практики (дневник практики, отчет по практике) Самостоятельная работа: эссе, выполнение домашних заданий <i>Промежуточная аттестация</i> <u>Методы оценки результатов обучения:</u> - формализованное наблюдение за деятельностью студента и оценка на практическом занятии; - оценка самостоятельности и творческого подхода; - оценка выполнения индивидуальных заданий; - оценка степени участия в групповых дискуссиях, психологических тренингах деловых играх; - проверка и оценка отчета и дневника практик накопительная оценка</p>
<p>• использования информационных технологий для обработки текстовой информации; ОК 1 – ОК 11, ПК 5.1 – ПК 5.5</p>	<p><u>Формы контроля обучения:</u> <i>Текущий контроль:</i> Практические занятия: практические занятия с практическими заданиями с использованием персонального компьютера, групповые дискуссии, психологические тренинги: прохождение практики (дневник практики, отчет по практике) Самостоятельная работа: эссе, выполнение домашних заданий <i>Промежуточная аттестация</i> <u>Методы оценки результатов обучения:</u> - формализованное наблюдение за деятельностью студента и оценка на практическом занятии; - оценка самостоятельности и творческого подхода; - оценка выполнения индивидуальных заданий; - оценка степени участия в групповых дискуссиях, психологических тренингах деловых играх; - проверка и оценка отчета и дневника практик накопительная оценка</p>

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
<ul style="list-style-type: none"> <li>использования информационных технологий для получения и несложной обработки графической информации ОК 1 – ОК 11, ПК 5.1 – ПК 5.5</li> </ul>	<p><u>Формы контроля обучения:</u> <i>Текущий контроль:</i> Практические занятия: практические занятия с практическими заданиями с использованием персонального компьютера, групповые дискуссии, психологические тренинги: прохождение практики (дневник практики, отчет по практике) Самостоятельная работа: эссе, выполнение домашних заданий</p> <p><i>Промежуточная аттестация</i> <u>Методы оценки результатов обучения:</u> - формализованное наблюдение за деятельностью студента и оценка на практическом занятии; - оценка самостоятельности и творческого подхода; - оценка выполнения индивидуальных заданий; - оценка степени участия в групповых дискуссиях, психологических тренингах деловых играх; - проверка и оценка отчета и дневника практик накопительная оценка</p>
<p><i>уметь:</i></p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>контактировать с заказчиками рекламного продукта и вести переговоры с заказчиком; ОК 1 – ОК 11, ПК 5.1 – ПК 5.5</li> </ul>	<p><u>Формы контроля обучения:</u> <i>Текущий контроль:</i> Практические занятия: практические занятия с практическими заданиями с использованием персонального компьютера, групповые дискуссии, психологические тренинги: прохождение практики (дневник практики, отчет по практике) Самостоятельная работа: эссе, выполнение домашних заданий</p> <p><i>Промежуточная аттестация</i> <u>Методы оценки результатов обучения:</u> - формализованное наблюдение за деятельностью студента и оценка на практическом занятии; - оценка самостоятельности и творческого подхода; - оценка выполнения индивидуальных заданий; - оценка степени участия в групповых дискуссиях, психологических тренингах деловых играх; - проверка и оценка отчета и дневника практик накопительная оценка</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг; ОК 1 – ОК 11, ПК 5.1 – ПК 5.5</li> </ul>	<p><u>Формы контроля обучения:</u> <i>Текущий контроль:</i> Практические занятия: практические занятия с практическими заданиями с использованием персонального компьютера, групповые дискуссии, психологические тренинги: прохождение практики (дневник практики, отчет по практике) Самостоятельная работа: эссе, выполнение домашних заданий</p> <p><i>Промежуточная аттестация</i> <u>Методы оценки результатов обучения:</u> - формализованное наблюдение за деятельностью</p>

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
	<p>студента и оценка на практическом занятии;  - оценка самостоятельности и творческого подхода;  - оценка выполнения индивидуальных заданий;  - оценка степени участия в групповых дискуссиях, психологических тренингах деловых играх;  - проверка и оценка отчета и дневника практик  накопительная оценка</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• выбирать и использовать различные виды средств распространения рекламы;  ОК 1 – ОК 11, ПК 5.1 – ПК 5.5</li> </ul>	<p><u>Формы контроля обучения:</u>  <i>Текущий контроль:</i>  Практические занятия: практические занятия с практическими заданиями с использованием персонального компьютера, групповые дискуссии, психологические тренинги: прохождение практики (дневник практики, отчет по практике)  Самостоятельная работа: эссе, выполнение домашних заданий  <i>Промежуточная аттестация</i>  <u>Методы оценки результатов обучения:</u> -  формализованное наблюдение за деятельностью студента и оценка на практическом занятии;  - оценка самостоятельности и творческого подхода;  - оценка выполнения индивидуальных заданий;  - оценка степени участия в групповых дискуссиях, психологических тренингах деловых играх;  - проверка и оценка отчета и дневника практик  накопительная оценка</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• проводить основные мероприятия связей с общественностью;  ОК 1 – ОК 11, ПК 5.1 – ПК 5.5</li> </ul>	<p><u>Формы контроля обучения:</u>  <i>Текущий контроль:</i>  Практические занятия: практические занятия с практическими заданиями с использованием персонального компьютера, групповые дискуссии, психологические тренинги: прохождение практики (дневник практики, отчет по практике)  Самостоятельная работа: эссе, выполнение домашних заданий  <i>Промежуточная аттестация</i>  <u>Методы оценки результатов обучения:</u> -  формализованное наблюдение за деятельностью студента и оценка на практическом занятии;  - оценка самостоятельности и творческого подхода;  - оценка выполнения индивидуальных заданий;  - оценка степени участия в групповых дискуссиях, психологических тренингах деловых играх;  - проверка и оценка отчета и дневника практик  накопительная оценка</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• применять средства связи;  ОК 1 – ОК 11, ПК 5.1 – ПК 5.5</li> </ul>	<p><u>Формы контроля обучения:</u>  <i>Текущий контроль:</i>  Практические занятия: практические занятия с практическими заданиями с использованием персонального компьютера, групповые дискуссии, психологические тренинги: прохождение практики</p>

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
	<p>(дневник практики, отчет по практике)  Самостоятельная работа: эссе, выполнение домашних заданий  <i>Промежуточная аттестация</i>  <u>Методы оценки результатов обучения:</u> -  формализованное наблюдение за деятельностью студента и оценка на практическом занятии;  - оценка самостоятельности и творческого подхода;  - оценка выполнения индивидуальных заданий;  - оценка степени участия в групповых дискуссиях, психологических тренингах деловых играх;  - проверка и оценка отчета и дневника практик  накопительная оценка</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>использовать способы оперативной полиграфии;  ОК 1 – ОК 11, ПК 5.1 – ПК 5.5</li> </ul>	<p><u>Формы контроля обучения:</u>  <i>Текущий контроль:</i>  Практические занятия: практические занятия с практическими заданиями с использованием персонального компьютера, групповые дискуссии, психологические тренинги: прохождение практики (дневник практики, отчет по практике)  Самостоятельная работа: эссе, выполнение домашних заданий  <i>Промежуточная аттестация</i>  <u>Методы оценки результатов обучения:</u> -  формализованное наблюдение за деятельностью студента и оценка на практическом занятии;  - оценка самостоятельности и творческого подхода;  - оценка выполнения индивидуальных заданий;  - оценка степени участия в групповых дискуссиях, психологических тренингах деловых играх;  - проверка и оценка отчета и дневника практик  накопительная оценка</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>использовать вычислительные средства в рекламной деятельности;  ОК 1 – ОК 11, ПК 5.1 – ПК 5.5</li> </ul>	<p><u>Формы контроля обучения:</u>  <i>Текущий контроль:</i>  Практические занятия: практические занятия с практическими заданиями с использованием персонального компьютера, групповые дискуссии, психологические тренинги: прохождение практики (дневник практики, отчет по практике)  Самостоятельная работа: эссе, выполнение домашних заданий  <i>Промежуточная аттестация</i>  <u>Методы оценки результатов обучения:</u> -  формализованное наблюдение за деятельностью студента и оценка на практическом занятии;  - оценка самостоятельности и творческого подхода;  - оценка выполнения индивидуальных заданий;  - оценка степени участия в групповых дискуссиях, психологических тренингах деловых играх;  - проверка и оценка отчета и дневника практик  накопительная оценка</p>

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
<ul style="list-style-type: none"> <li>• контактировать с производителями рекламы по вопросам производства и размещения; ОК 1 – ОК 11, ПК 5.1 – ПК 5.5</li> </ul>	<p><u>Формы контроля обучения:</u> <i>Текущий контроль:</i> Практические занятия: практические занятия с практическими заданиями с использованием персонального компьютера, групповые дискуссии, психологические тренинги: прохождение практики (дневник практики, отчет по практике) Самостоятельная работа: эссе, выполнение домашних заданий</p> <p><i>Промежуточная аттестация</i> <u>Методы оценки результатов обучения:</u> - формализованное наблюдение за деятельностью студента и оценка на практическом занятии; - оценка самостоятельности и творческого подхода; - оценка выполнения индивидуальных заданий; - оценка степени участия в групповых дискуссиях, психологических тренингах деловых играх; - проверка и оценка отчета и дневника практик накопительная оценка</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• пользоваться специализированным программным обеспечением для обработки графических изображений; ОК 1 – ОК 11, ПК 5.1 – ПК 5.5</li> </ul>	<p><u>Формы контроля обучения:</u> <i>Текущий контроль:</i> Практические занятия: практические занятия с практическими заданиями с использованием персонального компьютера, групповые дискуссии, психологические тренинги: прохождение практики (дневник практики, отчет по практике) Самостоятельная работа: эссе, выполнение домашних заданий</p> <p><i>Промежуточная аттестация</i> <u>Методы оценки результатов обучения:</u> - формализованное наблюдение за деятельностью студента и оценка на практическом занятии; - оценка самостоятельности и творческого подхода; - оценка выполнения индивидуальных заданий; - оценка степени участия в групповых дискуссиях, психологических тренингах деловых играх; - проверка и оценка отчета и дневника практик накопительная оценка</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• использовать технологии цифровой фотографии; ОК 1 – ОК 11, ПК 5.1 – ПК 5.5</li> </ul>	<p><u>Формы контроля обучения:</u> <i>Текущий контроль:</i> Практические занятия: практические занятия с практическими заданиями с использованием персонального компьютера, групповые дискуссии, психологические тренинги: прохождение практики (дневник практики, отчет по практике) Самостоятельная работа: эссе, выполнение домашних заданий</p> <p><i>Промежуточная аттестация</i> <u>Методы оценки результатов обучения:</u> - формализованное наблюдение за деятельностью студента и оценка на практическом занятии;</p>

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- оценка самостоятельности и творческого подхода;</li> <li>- оценка выполнения индивидуальных заданий;</li> <li>- оценка степени участия в групповых дискуссиях, психологических тренингах деловых играх;</li> <li>- проверка и оценка отчета и дневника практик</li> </ul> <p>накопительная оценка</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• оцифровывать текстовую и графическую информацию</li> </ul> <p>ОК 1 – ОК 11, ПК 5.1 – ПК 5.5</p>	<p><u>Формы контроля обучения:</u></p> <p><i>Текущий контроль:</i></p> <p>Практические занятия: практические занятия с практическими заданиями с использованием персонального компьютера, групповые дискуссии, психологические тренинги: прохождение практики (дневник практики, отчет по практике)</p> <p>Самостоятельная работа: эссе, выполнение домашних заданий</p> <p><i>Промежуточная аттестация</i></p> <p><u>Методы оценки результатов обучения:</u> -</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- формализованное наблюдение за деятельностью студента и оценка на практическом занятии;</li> <li>- оценка самостоятельности и творческого подхода;</li> <li>- оценка выполнения индивидуальных заданий;</li> <li>- оценка степени участия в групповых дискуссиях, психологических тренингах деловых играх;</li> <li>- проверка и оценка отчета и дневника практик</li> </ul> <p>накопительная оценка</p>
<p><b>знать:</b></p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• виды рекламной деятельности;</li> <li>• виды рекламных средств и средств распространения рекламы;</li> </ul> <p>ОК 1 – ОК 11, ПК 5.1 – ПК 5.5</p>	<p><u>Формы контроля обучения:</u></p> <p><i>Текущий контроль:</i></p> <p>Практические занятия: практические занятия с практическими заданиями с использованием персонального компьютера, групповые дискуссии, психологические тренинги: прохождение практики (дневник практики, отчет по практике)</p> <p>Самостоятельная работа: эссе, выполнение домашних заданий</p> <p><i>Промежуточная аттестация</i></p> <p><u>Методы оценки результатов обучения:</u> -</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- формализованное наблюдение за деятельностью студента и оценка на практическом занятии;</li> <li>- оценка самостоятельности и творческого подхода;</li> <li>- оценка выполнения индивидуальных заданий;</li> <li>- оценка степени участия в групповых дискуссиях, психологических тренингах деловых играх;</li> <li>- проверка и оценка отчета и дневника практик</li> </ul> <p>накопительная оценка</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• требования к рекламированию товаров и услуг, установленные законом;</li> </ul> <p>ОК 1 – ОК 11, ПК 5.1 – ПК 5.5</p>	<p><u>Формы контроля обучения:</u></p> <p><i>Текущий контроль:</i></p> <p>Практические занятия: практические занятия с практическими заданиями с использованием персонального компьютера, групповые дискуссии, психологические тренинги: прохождение практики</p>

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
	<p>(дневник практики, отчет по практике)  Самостоятельная работа: эссе, выполнение домашних заданий  <i>Промежуточная аттестация</i>  <u>Методы оценки результатов обучения:</u> -  формализованное наблюдение за деятельностью студента и оценка на практическом занятии;  - оценка самостоятельности и творческого подхода;  - оценка выполнения индивидуальных заданий;  - оценка степени участия в групповых дискуссиях, психологических тренингах деловых играх;  - проверка и оценка отчета и дневника практик  накопительная оценка</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• субъекты рекламного процесса и их взаимодействие;</li> <li>• правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию рекламных услуг;</li> <li>• ответственность участников рекламного процесса за ненадлежащую рекламу;  ОК 1 – ОК 11, ПК 5.1 – ПК 5.5</li> </ul>	<p><u>Формы контроля обучения:</u>  <i>Текущий контроль:</i>  Практические занятия: практические занятия с практическими заданиями с использованием персонального компьютера, групповые дискуссии, психологические тренинги: прохождение практики (дневник практики, отчет по практике)  Самостоятельная работа: эссе, выполнение домашних заданий  <i>Промежуточная аттестация</i>  <u>Методы оценки результатов обучения:</u> -  формализованное наблюдение за деятельностью студента и оценка на практическом занятии;  - оценка самостоятельности и творческого подхода;  - оценка выполнения индивидуальных заданий;  - оценка степени участия в групповых дискуссиях, психологических тренингах деловых играх;  - проверка и оценка отчета и дневника практик  накопительная оценка</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• социально-психологические основы рекламы;</li> <li>• факторы и методы воздействия рекламы на человека;</li> <li>• факторы, влияющие на покупку товаров;  ОК 1 – ОК 11, ПК 5.1 – ПК 5.5</li> </ul>	<p><u>Формы контроля обучения:</u>  <i>Текущий контроль:</i>  Практические занятия: практические занятия с практическими заданиями с использованием персонального компьютера, групповые дискуссии, психологические тренинги: прохождение практики (дневник практики, отчет по практике)  Самостоятельная работа: эссе, выполнение домашних заданий  <i>Промежуточная аттестация</i>  <u>Методы оценки результатов обучения:</u> -  формализованное наблюдение за деятельностью студента и оценка на практическом занятии;  - оценка самостоятельности и творческого подхода;  - оценка выполнения индивидуальных заданий;  - оценка степени участия в групповых дискуссиях, психологических тренингах деловых играх;  - проверка и оценка отчета и дневника практик  накопительная оценка</p>

<p align="center"><b>Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)</b></p>	<p align="center"><b>Формы и методы контроля и оценки результатов обучения</b></p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• информационные материалы связей с общественностью, их виды;</li> <li>• средства составления оригиналов текстовых документов;</li> <li>• основные виды производства рекламного продукта;</li> </ul> <p>ОК 1 – ОК 11, ПК 5.1 – ПК 5.5</p>	<p><u>Формы контроля обучения:</u> <i>Текущий контроль:</i> Практические занятия: практические занятия с практическими заданиями с использованием персонального компьютера, групповые дискуссии, психологические тренинги: прохождение практики (дневник практики, отчет по практике) Самостоятельная работа: эссе, выполнение домашних заданий <i>Промежуточная аттестация</i> <u>Методы оценки результатов обучения:</u> - формализованное наблюдение за деятельностью студента и оценка на практическом занятии; - оценка самостоятельности и творческого подхода; - оценка выполнения индивидуальных заданий; - оценка степени участия в групповых дискуссиях, психологических тренингах деловых играх; - проверка и оценка отчета и дневника практик накопительная оценка</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• правила составления текстов рекламных объявлений;</li> <li>• основные средства компьютерной обработки информации;</li> <li>• направления рекламной работы;</li> <li>• содержание рекламной информации;</li> </ul> <p>ОК 1 – ОК 11, ПК 5.1 – ПК 5.5</p>	<p><u>Формы контроля обучения:</u> <i>Текущий контроль:</i> Практические занятия: практические занятия с практическими заданиями с использованием персонального компьютера, групповые дискуссии, психологические тренинги: прохождение практики (дневник практики, отчет по практике) Самостоятельная работа: эссе, выполнение домашних заданий <i>Промежуточная аттестация</i> <u>Методы оценки результатов обучения:</u> - формализованное наблюдение за деятельностью студента и оценка на практическом занятии; - оценка самостоятельности и творческого подхода; - оценка выполнения индивидуальных заданий; - оценка степени участия в групповых дискуссиях, психологических тренингах деловых играх; - проверка и оценка отчета и дневника практик накопительная оценка</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• применяемые средства рекламы;</li> <li>• рекламные мероприятия;</li> <li>• понятия о разделении рекламных функций оптовой, розничной торговли и промышленности</li> </ul> <p>ОК 1 – ОК 11, ПК 5.1 – ПК 5.5</p>	<p><u>Формы контроля обучения:</u> <i>Текущий контроль:</i> Практические занятия: практические занятия с практическими заданиями с использованием персонального компьютера, групповые дискуссии, психологические тренинги: прохождение практики (дневник практики, отчет по практике) Самостоятельная работа: эссе, выполнение домашних заданий <i>Промежуточная аттестация</i> <u>Методы оценки результатов обучения:</u> - формализованное наблюдение за деятельностью студента и оценка на практическом занятии;</p>



<b>Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)</b>	<b>Формы и методы контроля и оценки результатов обучения</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- оценка самостоятельности и творческого подхода;</li> <li>- оценка выполнения индивидуальных заданий;</li> <li>- оценка степени участия в групповых дискуссиях, психологических тренингах деловых играх;</li> <li>- проверка и оценка отчета и дневника практик</li> </ul> <p>накопительная оценка</p>

## Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по профессиональному модулю

Промежуточная аттестация по модулю проводится в форме экзамена квалификационного; по производственной практике – дифференцированный зачет.

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Критерии оценки, балл
1.	Экзамен квалификационный ОК 1 – ОК 11, ПК 5.1 – ПК 5.5	<p>Экзамен квалификационный включает в себя: выполнение заданий 1,2 типа, защиту отчета по производственной практике:</p> <p>Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплин профессионального модуля, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплин профессионального модуля, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;</p> <p>Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплин профессионального модуля и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности;</p> <p>Задание №3 – защита отчета по производственной практике</p>	<p>Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале:            Задание 1: 0-30 баллов            Задание 2: 0-30 баллов            Задание 3: 0-40 баллов</p> <p><b>-90 и более (отлично) –</b>  <b>Задания 1, 2</b> - ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Практическое задание выполнено правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат.</p> <p><b>Задание 3:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• выполнил индивидуальный проект;</li> <li>• осуществил подборку необходимых нормативных правовых документов в соответствии с объектом исследования;</li> <li>• в период защиты индивидуального проекта выполнил спектр функций, которые в полной мере соответствуют области профессиональной деятельности;</li> <li>• во время защиты свободно, исчерпывающе и аргументированно ответил на все вопросы по существу;</li> <li>• правильно оформил отчет о выполнении индивидуального проекта;</li> <li>• имеет положительную характеристику по освоению профессиональных</li> </ul>

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Критерии оценки, балл
			<p>компетенций в период выполнения и защиты отчета;  <b>-70 и более (хорошо)–</b>  <b>Задания 1,2</b> -ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. <b>Ход</b> выполнения практического задания правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат.</p> <p><b>Задание 3:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• выполнил индивидуальный проект;</li> <li>• осуществил подборку необходимых нормативных правовых документов в соответствии с объектом исследования;</li> <li>• в период защиты индивидуального проекта выполнил спектр функций, которые в полной мере соответствуют области профессиональной деятельности;</li> <li>• во время защиты свободно, исчерпывающе и аргументированно ответил на все вопросы по существу;</li> <li>• правильно оформил отчет о выполнении индивидуального проекта;</li> <li>• имеет положительную характеристику по освоению профессиональных компетенций в период выполнения и защиты отчета;</li> </ul> <p><b>-50 и более (удовлетворительно)</b>  <b>Задание 1, 2–</b> ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Практическое задание выполнено частично.</p>

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Критерии оценки, балл
			<p><b>Задание 3:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• выполнил индивидуальный проект не в полной мере;</li> <li>• не в полной мере осуществил подборку необходимых нормативных правовых документов в соответствии с объектом исследования;</li> <li>• в период выполнения и защиты индивидуального проекта выполнил спектр функций, которые частично соответствуют области профессиональной деятельности;</li> <li>• во время защиты ответил на вопросы по существу без должной аргументации;</li> <li>• оформил отчет о индивидуальном проекте с недостатками;</li> <li>• имеет характеристику по освоению профессиональных компетенций в период выполнения и защиты проекта с указанием отдельных недостатков;</li> <li>• имеет положительное заключение об уровне освоения обучающимся профессиональных компетенций, содержащееся в аттестационном листе.</li> </ul> <p><b>-Менее 50 (неудовлетворительно)</b></p> <p><b>Задание 1, 2</b> – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Практическое задание не выполнено.</p> <p><b>Задание 3:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• не выполнил индивидуальный проект;</li> <li>• не осуществил подборку необходимых нормативных правовых документов в соответствии с объектом исследования;</li> <li>• в период выполнения индивидуального проекта</li> </ul>

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Критерии оценки, балл
			<p>выполнил спектр функций, которые не соответствуют области профессиональной деятельности;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• во время защиты не ответил на заданные вопросы или ответил неверно, не по существу;</li> <li>• неправильно оформил отчет;</li> <li>• имеет отрицательную характеристику по освоению профессиональных компетенций в период выполнения индивидуального проекта;</li> </ul>
2	<p>Дифференцированный зачет (учебная практика) ОК 1, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 6, ОК 7, ОК 9, ОК 11, ОК 12, ПК 1.1 – ПК 1.6</p>	<p>Дифференцированный зачет представляет собой проверку выполнения обучающимся заданий практики и подтверждением его результатов (отчет и дневник по практике):</p> <p><i>Дневник по производственной практике:</i></p> <p>в дневник записывается календарный план прохождения учебной практики (в соответствии с индивидуальным планом работы). В дальнейшем в дневник записываются все выполняемые обучающимся виды работ. Записи делаются ежедневно. Дневник является неотъемлемой частью отчета о прохождении практики, который подписывается руководителем от базы практики и сдается вместе с отчетом по практике. Допускаются приложения.</p> <p><i>Отчет по производственной практике:</i></p> <p>Предоставление отчета о прохождении учебной практики, индивидуального плана работы и аттестационного листа, содержащего сведения об</p>	<p>Оценка по производственной практике формируется на основе:</p> <p><b>Дневник по производственной практике:</b></p> <p><b>5</b> – получают обучающиеся, справившиеся с работой на 90-100 %;</p> <p><b>4</b> – ставится в том случае, если содержание соответствует 70 – 89 % от норматива заполнения дневника по практике;</p> <p><b>3</b> – ставится в том случае, если содержание соответствует 50 – 69 % от норматива заполнения дневника по практике;</p> <p><b>2</b> – ставится в том случае, если содержание соответствует 0 – 49 % от норматива заполнения дневника по практике.</p> <p><b>Отчет по производственной практике:</b></p> <p>– <b>85-95</b> – выставляется, если обучающийся выполнил индивидуальный план работы учебной практики:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• осуществил подборку необходимых нормативных правовых документов в соответствии с объектом исследования;</li> </ul>

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Критерии оценки, балл
		<p>уровне освоения обучающимся профессиональных компетенций, а также характеристики на обучающегося по освоению профессиональных компетенций в период прохождения практики</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• в период прохождения учебной практики выполнил спектр функций, которые в полной мере соответствуют области профессиональной деятельности;</li> <li>• во время защиты свободно, исчерпывающе и аргументированно ответил на все вопросы по существу;</li> <li>• правильно оформил отчет о прохождении учебной практики;</li> <li>• имеет положительную характеристику по освоению компетенций в период прохождения учебной практики от Организации;</li> <li>• имеет положительное заключение об уровне освоения обучающимся профессиональных компетенций, содержащееся в аттестационном листе.</li> </ul> <p><b>65-84</b> – выставляется, если обучающийся выполнил индивидуальный план работы по учебной практике;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• осуществил подборку необходимых нормативных правовых документов в соответствии с объектом исследования;</li> <li>• в период прохождения учебной практики выполнил спектр функций, которые в основном соответствуют области профессиональной деятельности;</li> <li>• во время защиты исчерпывающе ответил на все вопросы по существу, согласно;</li> <li>• оформил отчет о прохождении учебной практики с незначительными недостатками;</li> <li>• имеет положительную характеристику по освоению профессиональных компетенций в период</li> </ul>

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Критерии оценки, балл
			<p>прохождения учебной практики от Организации;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• имеет положительное заключение об уровне освоения обучающимся профессиональных компетенций, содержащееся в аттестационном листе.</li> </ul> <p><b>45-64</b> – выставляется, если обучающийся выполнил индивидуальный план работы по учебной практике не в полном объеме:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• не в полной мере осуществил подборку необходимых нормативных правовых документов в соответствии с объектом исследования;</li> <li>• в период прохождения учебной практики выполнил спектр функций, которые частично соответствуют области профессиональной деятельности;</li> <li>• во время защиты ответил на вопросы по существу без должной аргументации;</li> <li>• оформил отчет о прохождении учебной практики с недостатками;</li> <li>• имеет характеристику по освоению профессиональных компетенций в период прохождения учебной практики от Организации с указанием отдельных недостатков;</li> <li>• имеет положительное заключение об уровне освоения обучающимся профессиональных компетенций, содержащееся в аттестационном листе.</li> </ul> <p>– <b>0 - 44</b> – выставляется, если обучающийся не выполнил индивидуальный план работы по учебной практике;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• не осуществил подборку необходимых нормативных правовых документов в соответствии с объектом</li> </ul>

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Критерии оценки, балл
			<p>исследования;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• в период прохождения учебной практики выполнил спектр функций, которые не соответствуют области профессиональной деятельности;</li> <li>• во время защиты не ответил на заданные вопросы или ответил неверно, не по существу;</li> <li>• неправильно оформил отчет о прохождении учебной практики;</li> <li>• имеет отрицательную характеристику по освоению профессиональных компетенций в период прохождения учебной практики от Организации;</li> <li>• имеет отрицательное заключение об уровне освоения обучающимся профессиональных компетенций, содержащееся в аттестационном листе.</li> </ul> <p><b><u>Итоговая оценка:</u></b>  <b>Зачтено с оценкой:</b>  <b>«Отлично» -90-100;</b>  <b>«Хорошо» -89-70;</b>  <b>«Удовлетворительно» -69-50;</b>  <b>«Неудовлетворительно» - 49-0</b></p>

***Типовые задания для проведения промежуточной аттестации - экзамена  
квалификационного***

***Задания 1-го типа***

1. История развития рекламы.
2. Развитие рекламы в России.
3. Развитие рекламы за рубежом.
4. Сущность рекламы.
5. Цели и задачи рекламы.
6. Функции рекламы.
7. Концепция рекламы.
8. Классификация рекламы.
9. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций.
10. Реклама как метод управления людьми.



11. Процесс воздействия и восприятия рекламы.
12. Психология потребительской мотивации поведения покупателей.
13. Нормативно-правовое поле рекламы.
14. Основные нормы правового регулирования рекламной деятельности на рынке товаров, работ, услуг.
15. Саморегулирование рекламной деятельности.
16. Ответственность участников рекламного процесса за ненадлежащую рекламу
17. Характеристика рынка рекламы на современном этапе в России и за рубежом.
18. Участники рекламного процесса и их функции.
19. Рекламная среда.
20. Организационная схема рекламного процесса.
21. Рекламодатель: варианты организации рекламного процесса.
22. Организационная структура рекламных служб.
23. Рекламное агентство: основные задачи, классификация, структура.
24. Средства массовой информации
25. Способы поиска и привлечения клиентов.
26. Самореклама.
27. Переговорный процесс с заказчиками.
28. Способы решения конфликтов.
29. Финансовая основа взаимоотношений с заказчиком.
30. Формы, методы и виды оплаты работы рекламного агентства.
31. Понятие и общая классификация рекламных средств.
32. Основные элементы рекламных средств и требования, предъявляемые к ним.
33. Средства распространения рекламы.
34. Реклама в прессе.
35. Аудиовизуальная реклама.
36. Внешняя реклама.
37. Компьютеризированная реклама.
38. Реклама прямого действия (direct mail).
39. Печатная реклама. Рекламные сувениры.
40. Выставки и ярмарки.
41. История развития Public relations (PR).
42. Роль Public relations (PR) в настоящее время.
43. Понятие и сущность Public relations (PR).
44. Цели, задачи и функции Public relations.
45. Информационные материалы Public relations.
46. Организация мероприятий Public
47. Адресовальные, маркировальные, штемпелевальные машины.
48. Ламинаторы. Фальцевальные, биговальные, перфорирующие и резательные машины.

49. Машины и устройства листоподборочные и сортировальные. Скрепляющее, склеивающее и переплетное оборудование.

50. Конвертовскрывающие и резательные машины. Машины для нанесения защитных покрытий на документы.

51. Машины для уничтожения документов (Шреддеры)

52. Характеристика систем административно-управленческой связи.

53. Каналы систем связи: механические, акустические, оптические, электрические.

54. Системы передачи недокументированной информации: телефонная связь, радиотелефонная связь, видеотелефонная связь, радиопоисковая связь.

55. Системы передачи документированной информации. Телеграфная, факсимильная.

56. Факсимильные аппараты, факсимильные сервис-системы. Локальная система связи, ее назначение и характеристика.

57. Телефонная связь, историческая справка. Иерархическая структура узлов телефонной сети. Мини-АТС.

58. пейджинговая, транковая и сотовая связь.

59. Аппаратные средства: структура микрокомпьютера, архитектура ПК, отладочный стенд.

60. Программное обеспечение: система команд, программные средства. Вычислительные средства: многопроцессорные вычислительные системы (МПВС),

61. Многомашинные вычислительные системы (ММВС).

62. Системы управления электронными документами.

63. Создание электронных документов.

64. Хранение электронных документов. Манипулирование электронными документами.

### ***Задания 2-го типа***

1. История массовой рекламы. Приведите примеры.

2. Прямая реклама. Приведите примеры.

3. Классификация ярмарок. Приведите примеры.

4. Отличия рекламы от PR. Приведите примеры.

5. Фирменный логотип. Приведите примеры.

6. Фирменный стиль. Приведите примеры.

7. Основные функции рекламы. Приведите примеры.

8. Основные задачи рекламы. Приведите примеры.

9. Приемы для привлечения внимания к рекламному объявлению. Приведите примеры.

10. Формы рекламы в прессе. Приведите примеры.

11. Типология выставок. Приведите примеры.

12. Места применения рекламы. Приведите примеры.

13. План-график рекламной кампании. Приведите примеры.

14. Рациональные формы мотивации в рекламе. Приведите примеры.
15. Функции фирменного стиля в рекламе. Приведите примеры.
16. Психологическое воздействие рекламы на потребителя. Приведите примеры.
17. Потребительские мотивы в рекламе. Приведите примеры.
18. Наружная реклама: слабые и сильные стороны. Приведите примеры.
19. Радиореклама: слабые и сильные стороны. Приведите примеры.
20. Газеты и журналы: слабые и сильные стороны. Приведите примеры.
21. Телереклама: слабые и сильные стороны. Приведите примеры.
22. Интернет-реклама: слабые и сильные стороны. Приведите примеры.
23. Рекламные агентства. Приведите примеры.
24. Методы исследования рынка. Приведите примеры.
25. Основные качества молодого представителя рекламного агентства. Приведите примеры.

### ***Задание 3 типа – защита отчета по индивидуальному проекту***

1. Составить план-схему классификации рекламы
2. Составить план-схему демонстрации рекламных материалов по основным видам рекламы
3. Привести примеры влияния рекламы как метода управления людьми
4. Составить план презентации
5. Составить речевой модуль для презентации или переговоров
6. Составить рекламное обращение
7. Выбрать три канала распространения рекламы и конкретные носители предоставить план по размещению в них рекламы.
8. Разработать рекламную листовку PR- сообщения
9. Выбрать известный бренд, определить технологии и инструментарий бренда.
10. Провести сравнение нескольких брендов: два российских, два зарубежных.
11. Составить договор подряда по распространению и размещению рекламы.
12. Составить договор оказания услуг по рекламированию продукции (услуг).
13. Составить договор оказания услуг по изготовлению и размещению рекламных материалов Заказчика на выставке
14. Составить медиаплан рекламной кампании
15. Сделать предварительную оценку потребности в рекламе в разных направлениях бизнеса
16. Разработать этапы планирования рекламной кампании
17. Составить план проведения краткосрочной выставки
18. Разработать рекламы для: объявления в Интернет, почтовой рассылки, социальных сетей.

***Типовые задания для проведения промежуточной аттестации –***

### *дифференцированный зачет по производственной практике*

1. Организационная структура рекламных служб. Рекламное агентство: основные задачи, классификация, структура.

2. Средства массовой информации. Структура СМИ

3. Способы поиска и привлечения клиентов. Самореклама.

4. Переговорный процесс с заказчиками.

5. Способы решения конфликтов.

6. Финансовая основа взаимоотношений с заказчиком.

7. Формы, методы и виды оплаты работы рекламного агентства

### **Тестовые задания**

1. Крупноформатное нефальцованное издание с односторонней печатью:

а) Каталог

б) Проспект

в) Буклет

**г) Плакат**

д) Листовка

2. При каком средстве рекламы обеспечивается личный контакт продавца и покупателя:

а) Реклама в прессе

б) Печатная реклама

**в) Реклама на транспорте**

г) Реклама с помощью компьютерных сетей

**д) Реклама на месте продажи**

е) Реклама на радио

3. Ярмарки классифицируют на:

а) Национальные, региональные и постоянно действующие

**б) Оптовые и торговые**

в) По группам участников

г) По занимаемым площадям и средним показателям товарооборота10.

Спонсорство представляет собой:

а) Особую форму меценатства, основанную на договорных обязательствах предоставления взаимовыгодных услуг

**б) Разновидность благотворительной деятельности, осуществляемой в надежде получить определенные преимущества или выгоду**

в) Систему взаимовыгодных отношений между спонсором и субсидируемой стороной

г) Систему кредитования со стороны спонсора какой-либо деятельности на льготных условиях погашения данного кредита

4. Фирменный блок (логотип) – это:

а) Оригинальное графическое изображение, символ, обозначающий организацию(компанию, фирму)

б) Графическая композиция, состоящая из товарного знака в сочетании с фирменным названием организации( предприятия, компании)

в) Единый художественно – графический подход к оформлению всей совокупности рекламных материалов, различной документации и материальных объектов организации заказчика

г) Художественно оформленная совокупность всех видов атрибутики фирмы

5. Рекламный слоган – это:

а) Стихотворная форма рекламного обращения, позволяющая легко запомнить его содержание и возбудить интерес потребителя

б) Сочетание стихотворной формы рекламного обращения и музыкального сопровождения, позволяющее идентифицировать товар или фирму

в) Краткая фраза, несколько раз повторяющаяся в ходе рекламного сообщения, что в значительной степени способствует запоминанию рекламы

г) Краткая, броская, легко запоминающаяся фраза, выражающая суть рекламного сообщения, вызывающая интерес и позволяющая идентифицировать товар или фирму

## **ПРИЛОЖЕНИЯ**

# **ФОРМЫ ОТЧЕТНОСТИ И ШАБЛОНЫ ДОКУМЕНТОВ ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ (ПО ПРОФИЛЮ СПЕЦИАЛЬНОСТИ)**

## ПРИЛОЖЕНИЕ 1

(обучающийся проходит практику  
на базе Университета «Синергия»)



### УТВЕРЖДАЮ

Директор по УМР Омского филиала  
Университета «Синергия»

\_\_\_\_\_ Т.А. Скобелина

Ф.И.О.

МП

### 1.1. Шаблон индивидуального задания

#### Индивидуальное задание

по практике

по профессиональному модулю \_\_\_\_\_

обучающегося группы \_\_\_\_\_

шифр и номер группы

\_\_\_\_\_ (Ф.И.О.)

№ п/п	Виды работ	Период выполнения работ
1.	<p><b>Ознакомительная лекция, включая инструктаж по соблюдению правил противопожарной безопасности, правил охраны труда, техники безопасности, санитарно-эпидемиологических правил и гигиенических нормативов.</b></p> <p>Ознакомиться с кругом обязанностей по определенным видам работ, связанным с будущей профессиональной деятельностью, а также уточнить правила в отношении субординации, внешнего вида, внутреннего трудового распорядка и режима конфиденциальности.</p> <p>Пройти инструктаж по соблюдению правил противопожарной безопасности, правил охраны труда, техники безопасности, санитарно-эпидемиологических правил и гигиенических нормативов (в случае медицинских противопоказаний к выполнению определенных видов деятельности – принести подтверждающую справку из медицинского учреждения).</p>	
2.	<p><b>Изучение организационной структуры подразделения прохождения практики.</b></p> <p>Знакомство с профилем деятельности организации в целом и со структурой подразделения прохождения практики.</p> <p>Изучение нормативных документов, регламентирующих деятельность организации.</p> <p>....</p> <p>....</p> <p>....</p>	
3.	<p><b>Сбор информации об объекте практики и анализ источников.</b></p> <p>....</p> <p>....</p> <p>....</p>	
4.	<p><b>Экспериментально-практическая работа. Приобретение необходимых умений и первоначального опыта практической работы по специальности в рамках освоения вида деятельности</b></p>	

№ п/ п	Виды работ	Период выполнения работ
	..... ..... .....	
5.	<p><b>Обработка и систематизация полученного фактического материала.</b> С целью подготовки к сдаче экзамена (квалификационного) по профессиональному модулю _____ осуществить комплексный анализ результатов выполненных видов работ, оформить презентационные материалы.</p>	
6.	<p><b>Оформление отчетных документов о прохождении практики и экспертная оценка результатов ее прохождения.</b> <i>Оформить отчет о прохождении практики в формате презентации PowerPoint, содержащий базовую и информационно-вспомогательную информацию, согласно структуре, указанной в Приложении 1 к настоящему индивидуальному заданию.</i> Разместить полностью оформленный комплект отчетной документации по практике в электронной информационно-образовательной среде Университета «Синергия» на платформе lms.synergy.ru руководителю практики от Образовательной организации для экспертной оценки результатов ее прохождения.</p>	

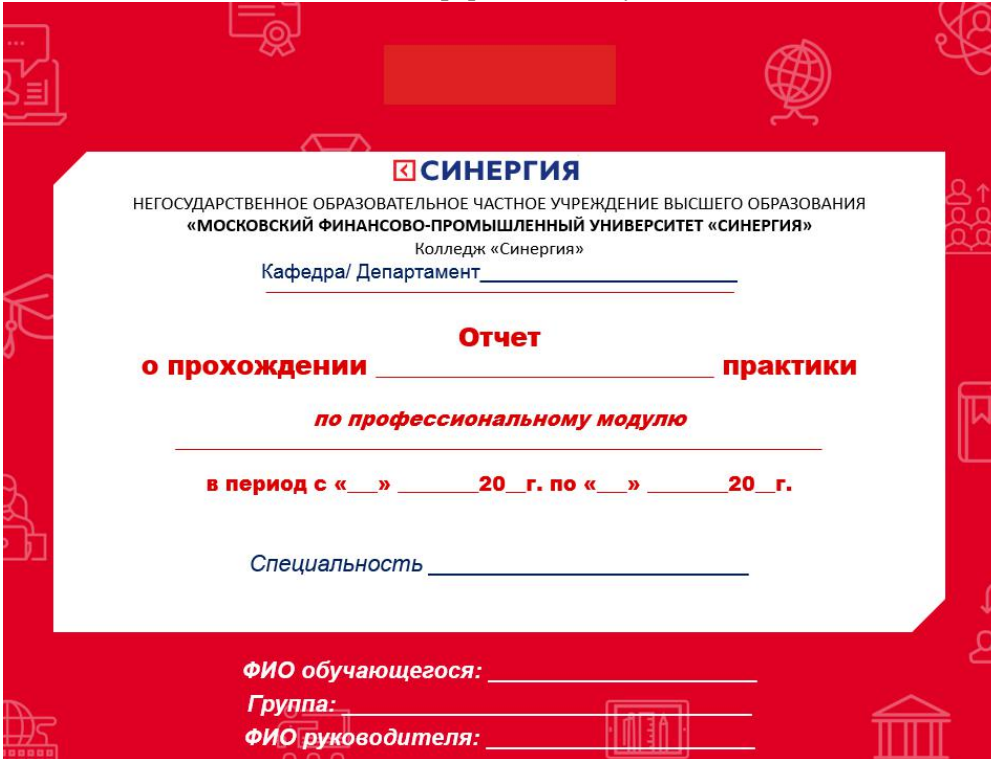
Обучающийся индивидуальное задание получил(а): \_\_\_\_\_  
подпись
расшифровка




## Шаблон приложения к индивидуальному заданию

### Приложение 1 к индивидуальному заданию

#### 1.1.1. Шаблон оформления титульного листа отчета





**СИНЕРГИЯ**  
НЕГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«МОСКОВСКИЙ ФИНАНСОВО-ПРОМЫШЛЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ «СИНЕРГИЯ»  
Колледж «Синергия»  
Кафедра/ Департамент \_\_\_\_\_

**Отчет**  
**о прохождении \_\_\_\_\_ практики**  
**по профессиональному модулю**  
\_\_\_\_\_

**в период с «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. по «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.**

Специальность \_\_\_\_\_

ФИО обучающегося: \_\_\_\_\_  
Группа: \_\_\_\_\_  
ФИО руководителя: \_\_\_\_\_



#### 1.1.2. Шаблон оформления структуры отчета

Содержание

---



## Шаблон аттестационного листа



### Аттестационный лист

\_\_\_\_\_,  
(Ф.И.О. обучающегося)  
обучающий(ая)ся \_\_\_\_\_ курса группы \_\_\_\_\_ по специальности \_\_\_\_\_, успешно прошел(ла)  
\_\_\_\_\_ (наименование вида практики)  
по профессиональному модулю \_\_\_\_\_ В  
объеме \_\_\_\_\_ часов с « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_ года по « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_ года:

#### **I. Заключение-анализ результатов освоения программы практики:**

**Индивидуальное задание по \_\_\_\_\_ практике по профессиональному модулю \_\_\_\_\_ обучающимся (нужно отметить ✓):**

- выполнено;
- выполнено не в полном объеме;
- не выполнено;

#### **Работа с источниками информации (нужно отметить ✓):**

##### **Обучающийся:**

- осуществил подборку необходимых документов и статистических данных, которые могут быть использованы при подготовке к сдаче экзамена (квалификационного);
- осуществил подборку необходимых документов и статистических данных, которые частично могут быть использованы при подготовке к сдаче экзамена (квалификационного);
- не осуществил подборку необходимых документов и статистических данных, или данные материалы не могут быть использованы при подготовке к сдаче экзамена (квалификационного);

**Владение материалом по \_\_\_\_\_ практике (нужно отметить ✓):**

##### **Обучающийся:**

- умело анализирует полученный во время практики материал;
- анализирует полученный во время практики материал;
- недостаточно четко и правильно анализирует полученный во время практики материал;
- неправильно анализирует полученный во время практики материал;

**Задачи, поставленные на период \_\_\_\_\_ практики, обучающимся (нужно отметить ✓):**

- решены в полном объеме;
- решены в полном объеме, но не полностью раскрыты;
- решены частично, нет четкого обоснования и детализации;
- не решены;

**Спектр выполняемых обучающимся функций в период прохождения \_\_\_\_\_ практики области профессиональной деятельности по**

профессиональному модулю \_\_\_\_\_ (нужное отметить ✓):

- соответствует;
- в основном соответствует;
- частично соответствует;
- не соответствует;

Оформление обучающимся отчета по \_\_\_\_\_ практике (нужное отметить ✓):

- отчет о прохождении практики оформлен правильно;
- отчет о прохождении практики оформлен с незначительными недостатками;
- отчет о прохождении практики оформлен с недостатками;
- отчет о прохождении практики оформлен неверно.

Аттестуемый продемонстрировал владение следующими общими и профессиональными компетенциями:

Код	Содержание компетенции	Уровень освоения обучающимся (нужное отметить ✓)*
<b>Общие компетенции</b>		
ОК ...	...	<input type="checkbox"/> высокий <input type="checkbox"/> средний <input type="checkbox"/> низкий
ОК ...	...	<input type="checkbox"/> высокий <input type="checkbox"/> средний <input type="checkbox"/> низкий
ОК ...	...	<input type="checkbox"/> высокий <input type="checkbox"/> средний <input type="checkbox"/> низкий
ОК ...	...	<input type="checkbox"/> высокий <input type="checkbox"/> средний <input type="checkbox"/> низкий
<b>Профессиональные компетенции</b>		
ПК ...	...	<input type="checkbox"/> высокий <input type="checkbox"/> средний <input type="checkbox"/> низкий
ПК ...	...	<input type="checkbox"/> высокий <input type="checkbox"/> средний <input type="checkbox"/> низкий
ПК ...	...	<input type="checkbox"/> высокий <input type="checkbox"/> средний <input type="checkbox"/> низкий
ПК ...	...	<input type="checkbox"/> высокий <input type="checkbox"/> средний <input type="checkbox"/> низкий

Примечание:

- Высокий уровень – обучающийся уверенно демонстрирует готовность и способность к самостоятельной профессиональной деятельности не только в стандартных, но и во внештатных ситуациях.
- Средний уровень – обучающийся выполняет все виды профессиональной деятельности в стандартных ситуациях уверенно, добросовестно, эффективно.
- Низкий уровень – при выполнении профессиональной деятельности обучающийся нуждается во внешнем сопровождении и контроле.

**II. Показатели и критерии оценивания результатов прохождения практики:**

№ п/п	Наименование показателя	Максимальное количество баллов	Оценка качества выполнения каждого вида работ (в баллах)
<b>1. Качество подобранного материала для проведения анализа</b>			
1.1.	Наличие источников информации в соответствии с индивидуальным заданием	5	
1.2.	Наличие актуальных первичных данных, материалов	5	
<b>2. Качественная оценка проведенного анализа источников и собранных материалов</b>			
2.1.	Выполнение требований к содержательной части отчета, соответствие видов работы индивидуальному заданию	20	
2.2.	Оценка степени самостоятельности проведенного анализа	20	
2.3.	Оценка качества проведенного анализа собранных материалов, данных	20	
<b>3. Выполнение общих требований к проведению практики</b>			
3.1.	Выполнение требований к экспериментально-практической работе в рамках освоения вида деятельности ВД _____	20	
3.2.	Выполнение требований к оформлению отчета по практике в формате презентации PowerPoint, содержащего базовую и информационно-вспомогательную информацию по итогам ее прохождения	10	
	<b>Итого:</b>	100	

Замечания руководителя практики от Образовательной организации:

---



---



---



---

**Руководитель практики  
от Образовательной  
организации**

\_\_\_\_\_

(Ф.И.О.)

(подпись)

**Омский филиал  
негосударственного образовательного частного учреждения  
высшего образования  
«Московский финансово-промышленный университет  
«Синергия»**

---

**УТВЕРЖДЕНО**  
на заседании Ученого совета Университета  
«Синергия»  
протокол № 5 от 25.05.2023 г.



**Программа профессионального модуля  
ПМ.06 «Менеджмент в рекламе»  
(МДК.06.01. Реклама в интернет; МДК.06.02. Введение в  
систему СМИ и коммуникаций; МДК.06.03. Event-  
менеджмент; МДК.06.04. Бренд-менеджмент; МДК.06.05.  
Организация рекламного бизнеса; ПП.06.01  
Производственная практика (по профилю специальности);  
ПМ.06.ЭК Экзамен квалификационный)**

**Специальность: 42.02.01 Реклама**

**Квалификация выпускника: *Специалист по рекламе***

**Форма обучения: *очная***

## Содержание

I. Паспорт рабочей программы профессионального модуля «Обеспечение реализации прав граждан в сфере пенсионного обеспечения и социальной защиты» .....	3
II. Результаты освоения профессионального модуля .....	4
III. Структура и содержание профессионального модуля ПМ.06. "Менеджмент в рекламе" .....	7
IV. Условия реализации программы .....	28
V. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля .....	37
VI. ПРИЛОЖЕНИЯ .....	69

# **І. Паспорт рабочей программы профессионального модуля «Обеспечение реализации прав граждан в сфере пенсионного обеспечения и социальной защиты»**

## **Область применения программы**

Рабочая программа профессионального модуля – является частью программы подготовки специалистов среднего звена (ППССЗ) в соответствии с ФГОС СПО по специальности по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 510 от 12.05.2014г. и является частью основной профессиональной образовательной программы по специальности в части освоения вида профессиональной деятельности: «Менеджмент рекламе», и соответствующих профессиональных компетенций» (ПК):

ПК 6.1. Координировать и контролировать информационное обеспечение рекламной деятельности в Интернете, системе СМИ и массовых коммуникаций.

ПК 6.2. Владеть современными технологиями продвижения бренда.

ПК 6.3. Осуществлять планирование и организацию рекламных мероприятий.

ПК 6.4. Использовать современные управленческие технологии для повышения эффективности деятельности рекламного предприятия.

## **Место профессионального модуля в учебном процессе**

Профессиональный модуль ПМ.06 «Менеджмент в рекламе» относится к разделу профессиональных модулей профессионального учебного цикла учебного плана подготовки специалистов СПО по специальности 42.02.01 Реклама, включает в себя: изучение МДК.06.01 «Реклама в интернет», МДК.06.02. «Введение в систему СМИ и коммуникаций», МДК.06.03. «Event-менеджмент», МДК.06.04. «Бренд-менеджмент» и МДК.06.05 «Организация рекламного бизнеса» и прохождение производственной практики (по профилю специальности).

**Цели освоения профессионального модуля – требования к результатам освоения**

*Целью изучения* профессионального модуля является формирование у студентов специальных знаний, принципов и менеджмента в рекламе.

*Задачи* профессионального модуля:

- сочетание практического обучения с теоретической подготовкой студентов;
- использование в обучении достижений науки и техники, передовой организации труда, методов работы с современными средствами.

## **Цели и задачи производственной практики**

*Цель производственной практики* - формирование у обучающегося

общих и профессиональных компетенций, приобретение практического опыта в рамках профессионального модуля ОПОП СПО в области менеджмента в рекламе, предусмотренных ФГОС СПО по специальности.

***Задачи производственной практики:***

1. Применение специальных теоретических знаний, полученных в рамках профессионального модуля, при выполнении конкретных функциональных обязанностей по отдельным должностям;
2. Освоение видов технологий в рекламе, используемых в менеджменте в рекламе.
3. Развитие коммуникативных умений, усвоение этических правил, норм и принципов в профессиональной деятельности;
4. Приобретение опыта работы в рекламной сфере, в менеджменте.

**II. Результаты освоения профессионального модуля**

**В результате освоения профессионального модуля, обучающийся должен:**

***иметь практический опыт:***

- создания рекламного ролика в интернете;
- организации собственного интернет-сообщества с целью продвижения товара/услуги;
- запуска рекламной интернет-кампании;
- создания газетно-журнального контента;
- создания телепрограммы;
- конструирования бренда и организации брендингового процесса;
- организации event - мероприятий различных видов: деловых, массовых, корпоративных;
- проектирования event – мероприятия;
- применения теоретических основ при планировании и проведении event – мероприятий;
- создания рекламного продукта;
- документирования работы с клиентом в рамках работы над выполнением рекламного проекта;
- совместной работы сотрудников рекламного предприятия

***уметь***

- определять оплаченный материал в интернете;
- выявлять нативную рекламу и контент-маркетинг внутри интернет-наполнения любого сайта;
- создавать любой вид интернет-рекламы;
- продвигать товар/услугу в социальных сетях.
- отличать различные виды прессы, телеканалов, радиостанций по тематическим признакам;
- составлять недельную сетку вещания телеканала;
- использовать невербальную коммуникацию при налаживании



диалога;

- искать необходимые данные для стабильного функционирования СМИ;
- понимать принципы дальнейшего развития СМИ в России;
- самостоятельно проводить оценку бренда;
- на основе анализа конкурентоспособности создавать бренд предприятия;
- разрабатывать стратегические планы продвижения бренда;
- применять методы анализа бренда;
- внедрять результаты анализа эффективности бренда торговой организации.
- рассчитывать бюджет event-мероприятия разного уровня;
- привлекать внимание к event-мероприятию средствами рекламы, PR и другими видами маркетинговых коммуникаций;
- разрабатывать этапы планирования и организации event-мероприятия;
- вести переговоры с партнерами и подрядчиками event-проекта;
- оценивать перспективы развития рекламного бизнеса
- разбираться в бизнес-процессах рекламного предприятия и способах их оптимизации;
- классифицировать виды рекламных услуг и рекламного производства;
- разрабатывать этапы планирования и организации рекламных компаний

**знать:**

- виды рекламы в интернете;
- разновидности рекламы в социальных сетях;
- метод «воронки продаж»;
- основные рекламные алгоритмы;
- эффективные приемы продвижения товара/услуги в интернете;
- особенности современного рынка интернет-рекламы;
- последние тенденции развития рекламной отрасли.
- современное состояние газетной, телевизионной и радиоиндустрии в России;
- все элементы информационного рынка России;
- основные печатные издания и принципы их работы;
- особенности современного российского телевидения;
- современное состояние радиовещания в России;
- тенденции развития СМИ как системы в России.
- основные принципы создания брендов;
- основы стратегического брендинга;
- методы создания корпоративного бренд-менеджмента;

- виды управленческих решений, направленных на повышение эффективности бренда торговой организации
- основные принципы организации event- мероприятий;
- типологию, классификацию и различия видов event - мероприятий;
- компетенции и обязанности event - менеджера;
- виды управленческих решений, направленных на повышение эффективности организации специальных событий;
- теоретические основы и принципы функционирования рекламного бизнеса;
- основных субъектов российского рекламного рынка и их роль в организации рекламного производства;
- организационно-правовые основы рекламного бизнеса;
- виды профессий в рекламном бизнесе и требования к ним

### **Компетенции, формируемые в результате освоения профессионального модуля**

Процесс изучения дисциплин и прохождения практик профессионального модуля ПМ.06 «Менеджмент в рекламе», а также прохождения практик, направлен на формирование компетенций, предусмотренных Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама.

В результате освоения профессионального модуля (включая МДК.06.01 «Реклама в интернет», МДК.06.02. «Введение в систему СМИ и коммуникаций», МДК.06.03. «Event-менеджмент», МДК.06.04. «Бренд-менеджмент» и МДК.06.05 «Организация рекламного бизнеса» и производственную практику (по профилю специальности)) студент должен обладать следующими общими (ОК) и профессиональными (ПК) компетенциями, включающими в себя способность:

<b>Код</b>	<b>Наименование результата обучения</b>
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

<b>Код</b>	<b>Наименование результата обучения</b>
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 6.1.	Координировать и контролировать информационное обеспечение рекламной деятельности в Интернете, системе СМИ и массовых коммуникаций.
ПК 6.2.	Владеть современными технологиями продвижения бренда.
ПК 6.3.	Осуществлять планирование и организацию рекламных мероприятий.
ПК 6.4.	Использовать современные управленческие технологии для повышения эффективности деятельности рекламного предприятия.

### **III. Структура и содержание профессионального модуля ПМ.06. "Менеджмент в рекламе"**

#### **Объем профессионального модуля**

<b>Наименование</b>	<b>Квалификация</b>
	<b>Реклама в медиа-индустрии</b>
	<b>часов</b>
<b>Максимальная нагрузка обучающихся по ПМ.01, в том числе</b>	<b>542</b>
МДК.06.01, с преподавателем	76
МДК.06.02, с преподавателем	65
МДК.06.03, с преподавателем	52
МДК.06.04, с преподавателем	48
МДК.06.05, с преподавателем	48
<b>Учебная практика</b>	<b>-</b>
Производственная практика	108
Самостоятельная работа	145
<b>Консультация</b>	<b>-</b>
<b>Экзамен квалификационный</b>	<b>-</b>

### Тематический план профессионального модуля

Код профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практики)	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов
			Всего, часов	в т.ч. практически занятия, часов	в т.ч. курсовая работа, часов	Всего, часов	в т.ч. курсовая работа, часов		
	<b>ПМ.06. Менеджмент в рекламе</b>								
ОК 1 – ОК 11, ПК 6.1	<b>МДК.06.01. Реклама в интернет</b>	<b>114</b>	76	38		38			
ОК 1 – ОК 11, ПК 6.1 – ПК 6.2	<b>МДК.06.02. Введение в систему СМИ и коммуникаций</b>	<b>98</b>	65	39		33			
ОК 1 – ОК 11, ПК 6.3	<b>МДК.06.03. Event-менеджмент</b>	<b>78</b>	52	26		26			
ОК 1 – ОК 11, ПК 6.2	<b>МДК.06.04. Бренд-менеджмент</b>	<b>72</b>	48	24		24			
ОК 1 – ОК 11, ПК 6.4	<b>МДК.06.05. Организация рекламного бизнеса</b>	<b>72</b>	48	24		24			
ОК 1 – ОК 11, ПК 6.1 – ПК 6.4	<b>Производственная практика (по профилю специальности), часов</b>	<b>108</b>							108
	<b>Всего:</b>	<b>542</b>	<b>289</b>	<b>151</b>		<b>145</b>			<b>108</b>

## Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ)

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения	Балл
<b>МДК.06.01. Реклама в интернет</b>				
<b>Тема 1</b> <b>Вводная лекция.</b> <b>Понятия «реклама», «целевая аудитория», «имидж». Виды рекламы в интернете. Особенности интернет-рекламы</b> Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 6.1	<i>Содержание учебного материала</i>	<b>4</b>		
	1. Понятие «реклама» согласно ФЗ РФ «О рекламе». Целевая аудитория для рекламодателя: реальная и потенциальная. Понятие «имидж»: осязаемый, неосязаемый имидж.	2	1	
	2. Тренды в рекламной отрасли. Понятие «паблисити» и его роль в рекламе. Разновидности рекламы в интернете, самый популярный вид рекламы. 10 ключевых особенностей интернет-рекламы. Реклама в интернете: плюсы и минусы	2	1	
	<b>Практические занятия:</b>	<b>4</b>		<b>10</b>
	1. Анализ современной интернет-рекламы Анализ рекламы в социальных сетях	4		10
	<b>Самостоятельная работа:<sup>1</sup></b>	<b>2</b>		
	1. Конспектирование лекционного материала	2		
<b>Тема 2</b> <b>Нативная реклама в Интернете и контент-маркетинг</b>	<i>Содержание учебного материала</i>	<b>4</b>		

<sup>1</sup> Самостоятельная работа – это вид учебной деятельности, которую студент совершает в установленное время и в установленном объеме индивидуально или в группе, без непосредственной помощи преподавателя (преподаватель разъясняет цели, задачи её проведения, контролирует их понимание студентами, знакомит студентов с алгоритмами, требованиями, предъявляемыми к выполнению определённых видов заданий, проводит индивидуальную работу, направленную на формирование у студентов навыков по самоорганизации познавательной деятельности), руководствуясь сформированными ранее представлениями о порядке и правильности выполнения действий. Во время самостоятельной подготовки обучающиеся обеспечены доступом к сети Интернет (библиотека, читальный зал). Внеаудиторная работа сопровождается методическим обеспечением, которое подробно описано в, отдельно от РПУД сформированном, фонде оценочных средств по профессиональному модулю.

Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 6.1				
	1. Особенности современной интернет-рекламы: попытки «маскировки» под контент. Виды скрытой рекламы в интернете. Понятие «нативная реклама»: отличительные черты.	2	1	
	2. Понятие «контент-маркетинг»: отличия от нативной рекламы. Основные товарные категории на российском рынке интернет-рекламы. Основные рекламодатели	2	1	
	<b>Практические занятия:</b>	<b>2</b>		<b>10</b>
	1. Анализ нативной рекламы и контент-маркетинга	2		10
	<b>Самостоятельная работа:</b>	<b>4</b>		
	1. Конспектирование лекционного материала	4		
<b>Тема 3</b> <b>Сарафанный маркетинг: самый эффективный метод продаж.</b> Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 6.1	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>4</b>		
	3 категории рекламы в интернете. Основные тенденции развития рынка интернет-рекламы.	2		
	Отношение россиян к рекламе. Специфика формулы: «не покупай, а делись». Продакт-плейсмент в интернете.	2		
	<b>Практические занятия:</b>	<b>4</b>		<b>10</b>
	1. Анализ шоу	4		10
	<b>Самостоятельная работа:</b>	<b>4</b>		
1. Конспектирование лекционного материала	4			
<b>Тема 4</b> <b>Особенности современного интернет-маркетинга</b> Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 6.1	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>4</b>		
	История становления и развития маркетинга в мире, и в России в частности. 2	2	1	

	подхода: жесткий и мягкий маркетинг.			
	Понятие «брендированный контент», особенности распространения брендированного контента. Стратегии сарафанного радио. Пользовательский маркетинг.	2	1	
	<b>Практические занятия:</b>	<b>4</b>		<b>10</b>
	1. Анализ современного интернет-маркетинга	4		10
	<b>Самостоятельная работа:</b>	<b>4</b>		
	1. Конспект лекционного материала	4		
<b>Тема 5 Реклама в социальных сетях . Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 6.1</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>4</b>		
	1. Особенности взаимодействия современных пользователей в социальных сетях. Статистика востребованности ВКонтакте, Фейсбук, Твиттер.	2	1	
	2. Специфика нативной рекламы в интернете. Типы нативной рекламы. Способы представления нативной рекламы в социальных сетях.	2	1	
	<b>Практические занятия:</b>	<b>4</b>		<b>10</b>
	<i>Профессиональный тренинг</i> Создание нативной рекламы	4		10
	<b>Самостоятельная работа:</b>	<b>4</b>		
	1. Конспект лекционного материала	4		
<b>Тема 6 Особенности контент-маркетинга. Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 6.1</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>4</b>		
	1. Основные свойства контент-маркетинга в Интернете. Видеоматериалы на Ютубе как образец контент-маркетинга.	2	1	
	2. Корпоративные сайты и SEO-продвижение. Понятие «брендинг» и его принципы работы. Современные методы работы с интернет-контентом.	2	1	

	<b>Практические занятия:</b>	<b>4</b>		<b>10</b>
	1.Интерактивное занятие: Работа в командах «Особенности контент-маркетинга»	4		10
	<b>Самостоятельная работа:</b>	<b>4</b>		
	1. Конспект лекционного материала	4		
<b>Тема 7 Рекламные алгоритмы. Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 6.1</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>4</b>		
	1. Понятие «персонализированная реклама». Понятие «воронка продаж», этапы воронки продаж. Цели воронки продаж на каждом этапе. Психотипы клиентов	2	1	
	2. Причины отказа от покупки. Алгоритмические закупки рекламы. Реклама в Яндекс и Гугл. Форматы рекламы в Яндексе и Гугле. Типы «ключевых слов». Яндекс.Директ. Брокеры данных. Рекламная биржа.	2	1	
	<b>Практические занятия:</b>	<b>4</b>		<b>10</b>
	Реклама в интернет	4		10
	<b>Самостоятельная работа:</b>	<b>4</b>		
	1. Конспект лекционного материала	4		
<b>Тема 8 Привлечение пользователей к рекламе Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 6.1</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>2</b>		
	1. Образцы успешных рекламных кампаний в интернете. Понятие «захват бренда»	2	1	
	<b>Практические занятия:</b>	<b>4</b>		<b>10</b>
	<b>Интерактивное занятие</b> Командная работа «Реклама в интернет»	4		10
	<b>Самостоятельная работа:</b>	<b>4</b>		
	1. Конспект лекционного материала	4		
<b>Тема 9 Рекламные возможности в Интернете. Формируемые компетенции:</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>4</b>		
	Признаки «хорошего» интернет-сайта. Способы продвижения сайта: традиционные способы,	2	1	



ОК 1 – ОК 11, ПК 6.1	интернет-инструменты. SEO: факторы ранжирования.			
	Понятия «редирект», «клоакинг», «свопинг». Способы электронной рассылки и СПАМа, принципы написания правильно рекламного письма.	2	1	
	<b>Практические занятия:</b>	4		<b>10</b>
	Профессиональный тренинг «Интернет-рассылка»	4		10
	<b>Самостоятельная работа:</b>	<b>4</b>		
	1. Конспект лекционного материала	4		
<b>Тема 10 Реклама в блогах и на форумах.</b> Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 6.1	<b>Содержание учебного материала</b>	4		
	Реклама в социальных сетях для бизнеса. Реклама в чужих интернет-сообществах, группах в социальных сетях. Самые популярные группы в ВКонтакте.	2	1	
	Создание собственного сообщества. Таргетированные объявления. Реклама в сообществах в Фейсбуке. Реклама в сообществах в Твиттере. Виды рекламы на Ютуб.	2	1	
	<b>Практические занятия:</b>	<b>4</b>		<b>10</b>
	Интерактивное занятие Деловая игра: Разработка интернет-проекта»	4		10
	<b>Самостоятельная работа:</b>	<b>4</b>		
	1. Конспект лекционного материала	4		
<b>Самостоятельная работа при изучении МДК.06.01, всего</b>	<b>38</b>			
1. Работа с конспектами и со специальной литературой по рекламе. 2. Ознакомление и анализ с видами рекламной деятельности в интернете. 3. Изучение основной и дополнительной литературы; поиск информации в интернете и периодических изданиях. 4. Подготовка к практическим занятиям с				

использованием методических рекомендаций преподавателя				
<b>Всего</b>		<b>114/38</b>		<b>100</b> <b>Дифф. зачет</b>
<b>МДК.06.02. Введение систему СМИ и коммуникаций</b>		<b>98</b>		
<b>Тема 1.</b> <b>Вводная лекция. и</b> <b>СМИ</b> <b>и</b> <b>коммуникации.</b> Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 6.1, ПК 6.2	<i>Содержание учебного материала</i>	<b>2</b>		
	Понятие «средства массовой информации». Понятие «медиа» и «мультимедиа». Понятие «коммуникация». Вербальная и невербальная коммуникация. Журналистика как деятельность.	<b>2</b>	<b>1</b>	
<b>Тема 2.</b> <b>СМИ как система.</b> Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 6.1, ПК 6.2	<i>Содержание учебного материала</i>	<b>2</b>		
	Особенности СМИ как системы. Роль СМИ в управлении обществом. Виды СМИ. Функции средств массовой информации. 4 модели развития прессы по Питерсону, Сиберту, Шрамму. Недостатки СМИ. Типология СМИ.	<b>2</b>	<b>1</b>	
	<i>Практическое занятие:</i>	<b>4</b>		<b>10</b>
	Функции СМИ	<b>4</b>		<b>10</b>
	<i>Самостоятельная работа:</i>	<b>3</b>		
	1. Конспект лекционного материала	<b>3</b>		
<b>Тема 3.</b> <b>Информационный рынок.</b> Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 6.1, ПК 6.2	<i>Содержание учебного материала</i>	<b>2</b>		
	Понятие «рынок» и «информационный рынок». Основные законы рынка. Две части информационного рынка. Структура информационного рынка в России: финансовый рынок, рынок рабочей силы, издательский рынок, технический рынок, рынок материалов, рынок информации и идей, рынок периодических изданий, рынок распространителей, рынок покупателей.	<b>2</b>	<b>1</b>	

	<b>Практическое занятие:</b>	<b>5</b>		<b>10</b>
	1. <i>Интерактивное занятие</i> Деловая игра «Рынок СМИ»	5		10
	<b>Самостоятельная работа:</b>	<b>3</b>		
	1. Конспект лекционного материала	3		
<b>Тема 4.</b> <b>Печатные СМИ как часть медиасистемы.</b> Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 6.1, ПК 6.2	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>4</b>		
	История появления и развития газетной индустрии в России. Современное состояние рынка печатной прессы. Виды печатных СМИ. Особенности газетной индустрии. Проблемы на рынке прессы. Виды рекламы в газетах. Понятия «тираж» и «ценовая политика». Диверсификация и конвергенция в редакциях печатных СМИ.	4	1	
	<b>Практическое занятие:</b>	<b>4</b>		<b>10</b>
	<i>Профессиональный тренинг</i> Анализ печатных СМИ	4		10
	<b>Самостоятельная работа:</b>	<b>4</b>		
	Конспект лекционного материала	4		
	<b>Тема 5.</b> <b>Общественно-политические издания России как часть печатных СМИ.</b> Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 6.1, ПК 6.2	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>2</b>	
Тематические и содержательные особенности общественно-политических изданий в России. «Московский комсомолец», «Комсомольская правда» и «Аргументы и факты» как три ключевых российских издания. «Российская газета» как вид государственного СМИ	2	1		
<b>Практическое занятие:</b>	<b>4</b>		<b>10</b>	
1. Работа с общественно-политическим изданием.	4		10	
<b>Самостоятельная работа:</b>	<b>4</b>			
Конспект лекционного материала	4			
<b>Тема 6.</b>	<b>Содержание учебного</b>	<b>2</b>		

<p><b>Детская и женская пресса как часть печатных СМИ</b>  Формируемые компетенции:  ОК 1 – ОК 11, ПК 6.1, ПК 6.2</p>	<p><i>материала</i></p>			
	<p>История «женских» журналов в России. Разновидности женской прессы. Цели и задачи женской прессы. Модные журналы и женские журналы общетематические</p> <p>Особенности аудитории детской прессы, деление по возрастным категориям. Разновидности детской прессы: развлекательные, познавательные, практикоориентированные, образовательные и др.</p>	2	1	
	<p><b>Практическое занятие:</b></p>	4		10
	<p>1. Работа с прессой.</p>	4		10
	<p><b>Самостоятельная работа:</b></p>	4		
	<p>Конспект лекционного материала</p>	4		
<p><b>Тема 7. Деловая пресса как часть рынка периодических изданий России</b>  Формируемые компетенции:  ОК 1 – ОК 11, ПК 6.1, ПК 6.2</p>	<p><i>Содержание учебного материала</i></p>	2		
	<p>Отличительные особенности деловой прессы как разновидности печатных СМИ</p> <p>Деловые издания «КоммерсантЪ», «Эксперт», «Ведомости» как ключевые игроки рынка деловых изданий: контентные особенности, целевая аудитория, принципы функционирования.</p>	2	1	
	<p><b>Практическое занятие:</b></p>	4		10
	<p>Работа с деловой прессой.</p>	4		10
	<p><b>Самостоятельная работа:</b></p>	3		
	<p>Конспект лекционного материала</p>	3		
<p><b>Тема 8. Вводная лекция. СМИ как система</b>  Формируемые компетенции:  ОК 1 – ОК 11, ПК 6.1, ПК 6.2</p>	<p><i>Содержание учебного материала</i></p>	2		
	<p>Особенности СМИ как системы. Особенности информационного рынка. Состояние современной газетной индустрии в России</p>	2	1	
<p><b>Тема 9. Телевидение как</b></p>	<p><i>Содержание учебного материала</i></p>	2		

<p><b>часть системы СМИ</b> Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 6.1, ПК 6.2</p>	<p>Понятие «телевидение» как часть системы СМИ. История развития телевизионной отрасли в России. Современное состояние телеиндустрии: уровень доверия аудитории, типология российских телеканалов, тенденции развития. Реклама на телевидении. Сетка вещания. Программирование на телевидении: виды, приемы, подходы к программированию.</p>	2	1	
	<p><b>Практическое занятие:</b></p>	4		10
	<p>Телевидение как часть системы СМИ.</p>	4		10
	<p><b>Самостоятельная работа:</b></p>	3		
	<p>Конспект лекционного материала</p>	3		
<p><b>Тема 10. Телевизионный контент России: разновидности, ключевые особенности</b> Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 6.1, ПК 6.2</p>	<p><b>Содержание учебного материала</b></p>	2		
	<p>Нюансы создания своей телевизионной программы. Принцип аттракционов. Ведущий как «лицо» телепрограммы. Этапы съемки программы. Покупка лицензии. Модульные сценарии. Жанровая палитра телеэфира.</p>	2	1	
	<p><b>Практическое занятие:</b></p>	6		15
	<p>Интерактивное занятие Деловая игра «Создание контента»</p>	6		15
	<p><b>Самостоятельная работа:</b></p>	3		
<p>Конспект лекционного материала</p>	3			
<p><b>Тема 11. Радио в системе СМИ</b> Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 6.1, ПК 6.2</p>	<p><b>Содержание учебного материала</b></p>	2		
	<p>Характеристика современного радиорынка в России. Типология российских радиостанций по тематической направленности и принадлежности к холдингам. Основное время</p>	2	1	

	слушания радио и способы слушания радио в России. Аудитория радиостанций. Рейтинг радиостанций по Москве, Санкт-Петербургу и России в целом. Функции радио. Типы слушания радио. Свойства радио. Жанровая структура радиостанций. Тенденции развития радио как СМИ			
	<b>Практическое занятие:</b>	<b>4</b>		<b>15</b>
	Радио в системе СМИ	4		15
	<b>Самостоятельная работа:</b>	<b>3</b>		
	Конспект лекционного материала	3		
<b>Тема 12. Характеристика рынка СМИ. Тенденции развития современных СМИ. Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 6.1, ПК 6.2</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>2</b>		
	Индустрия СМИ в России. Глобальные тренды в медиаотрасли. Современные медиарработодатели. Алгоритмизация и роботизация новостей. Тенденции развития СМИ	2	1	
	<b>Самостоятельная работа:</b>	<b>3</b>		
	Конспект лекционного материала	3		
<b>Всего</b>		<b>98/33</b>		<b>100 Экзамен</b>
<b>Самостоятельная работа при изучении МДК 06.02.</b>		<b>33</b>		
1. Работа с конспектами и со специальной литературой по медиасистеме и массовым коммуникациям. 2. Изучение основной и дополнительной литературы; поиск информации в интернете и периодических изданиях. 3. Изучение и анализ средств массовой информации с целью подготовки к практическим занятиям и к докладам-презентациям.				
<b>МДК.06.03. Event-менеджмент</b>		<b>78</b>		
<b>Тема 1. Введение в event-менеджмент</b> Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 6.3	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>2</b>		
	Определение термина «event – менеджмент». Взаимодействие понятий «event – менеджмент» и «event – маркетинг». История возникновения events.	1	1	
	Events в структуре	1	1	

	маркетинговых коммуникаций. Events как вид PR–деятельности. Состояние event-индустрии в России и за рубежом			
	<b>Практическое занятие:</b>	<b>2</b>		<b>10</b>
	Особенности event-индустрии	2		10
	<b>Самостоятельная работа:</b>	<b>2</b>		
	Конспект лекционного материала	2		
<b>Тема 2.</b> <b>Принципы организации event-мероприятий</b> Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 6.3ПК 1.2, ПК 1.6	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>4</b>		
	Различные концепции и подходы к организации процессов event-менеджмента. Event-менеджмент как канал продвижения компании. Технологии брендинга	2	1	
	Event-менеджмент как основа системного подхода к организации мероприятий. Проектирование интегрированных маркетинговых коммуникаций (ИМК). Event-менеджмент как методы и приемы управления отдельными бизнес-проектами.	2	1	
	<b>Практическое занятие:</b>	<b>4</b>		<b>15</b>
	Профессиональный тренинг Разбор конкретных кейсов	4		15
	<b>Самостоятельная работа:</b>	<b>4</b>		
	Конспект лекционного материала	4		
	<b>Тема 3.</b> <b>Классификация мероприятий в event-менеджменте.</b> Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 6.3	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>4</b>	
Принципы классификации event-мероприятий в event-менеджменте. Типология event-мероприятий. Виды event-мероприятий по группам: BTL (промо мероприятия), HR events (корпоративные мероприятия), Trade events (деловые специальные мероприятия), массовые Special events (специальные	2	1		

	мероприятия)			
	Классификация event-мероприятий в соответствии с маркетинговой средой и их функциональные задачи. Событийная составляющая event-мероприятий: события реальные и организованные, корпоративные и открытые. Информационный повод как основа организации и проведения event – мероприятия. Создание event-мероприятия	2	1	
	<b>Практическое занятие:</b>	<b>4</b>		<b>15</b>
	Интерактивное занятие Круглый стол «Анализ event-мероприятий»	4		15
	<b>Самостоятельная работа:</b>	<b>4</b>		
	Конспект лекционного материала	4		
<b>Тема 4. Этапы организации проведения event-мероприятия. Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 6.3</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>4</b>		
	Комплексный подход к организации и проведению event- мероприятия. Принятие решения о проведении мероприятия.	2	1	
	Модель жизненного цикла event-мероприятия по Дж. Голдблатту: исследование, разработка, планирование, координация, оценка. Виды партнеров и подрядчиков event-проекта. Роль и функции event – менеджера. Бюджеты event – мероприятий.	2	1	
	<b>Практическое занятие:</b>	<b>4</b>		<b>15</b>
	Интерактивное занятие Круглый стол «Анализ event-мероприятий»	4		15
	<b>Самостоятельная работа:</b>	<b>4</b>		
	Конспект лекционного материала	4		
<b>Тема 5. Корпоративные event-мероприятия: виды, характеристика.</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>4</b>		
	Корпоративные event-мероприятия. Корпоративные праздники: виды,	2	1	



Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 6.3	организация.			
	Деловые мероприятия: семинары, презентации, конференции. Тимбилдинг: тренинги, игры, конкурсы	2	1	
	<b>Практическое занятие:</b>	<b>4</b>		<b>15</b>
	Разбор кейсов	4		15
	<b>Самостоятельная работа:</b>	<b>4</b>		
	Конспект лекционного материала	4		
<b>Тема 6. Организация массовых event-мероприятий: их виды и характерные особенности.</b> Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 6.3	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>4</b>		
	Характерные особенности массовых event-мероприятий. Виды массовых event-мероприятий: Специальные мероприятия (Special events), Игровой промоушн (Play Promotion), Провокационный маркетинг (Scock Promotion).	2	1	
	Организация праздников массовых event-мероприятий. развлекательные, детские, фестивали. Этапы организации event-мероприятия.	2	1	
	<b>Практическое занятие:</b>	<b>4</b>		<b>15</b>
	Разбор кейсов	4		15
	<b>Самостоятельная работа:</b>	<b>4</b>		
	Конспект лекционного материала	4		
<b>Тема 7. Организация массовых event-мероприятий: их виды и характерные особенности.</b> Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 6.3	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>4</b>		
	Разработка проекта event-мероприятия	4	1	
	<b>Практическое занятие:</b>	<b>4</b>		<b>15</b>
	Интерактивное занятие: Деловая игра «Создание event-мероприятия»	4		15
	<b>Самостоятельная работа:</b>	<b>4</b>		
	Конспект лекционного материала	4		
<b>Самостоятельная работа при изучении МДК 06.03.</b>	26			
1. Работа с конспектами и со специальной литературой по медиасистеме и массовым коммуникациям. 2. Изучение основной и дополнительной литературы; поиск информации в интернете и периодических изданиях.				

3. Изучение и анализ средств массовой информации с целью подготовки к практическим занятиям и к докладам-презентациям.				
<b>Всего</b>		<b>78/26</b>		<b>100</b> <b>Дифф. зачет</b>
<b>МДК.06.04. Бренд-менеджмент</b>		<b>72</b>		
<b>Тема 1.</b> <b>Роль бренда в системе маркетинга.</b> Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 6.2	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>4</b>		
	Основные понятия: товар, торговая марка, товарный знак, бренд. Понятия «бренд» и «брендинг». Классификация брендов. Концепция бренд-менеджмента.	2	1	
	Роль и функции бренд - менеджера в компании. Коммуникационная политика бренд-менеджмента. Технология оценки имиджа брендов С. Анхольта.	2	1	
	<b>Практическое занятие:</b>	<b>6</b>		25
	Анализ брендов	6		25
	<b>Самостоятельная работа:</b>	<b>4</b>		
	Конспект лекционного материала	4		
<b>Тема 2.</b> <b>Технологии разработки бренда.</b> Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 6.2	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>4</b>		
	Система идентичности бренда. Элементы идентичности бренда. Индивидуальность бренда, восприятие, ассоциации. Проектирование и разработка торговой марки. Модели разработки бренда.	2	1	
	Структура и матрица бренда. Нейминг: процесс создания, мифология бренда. Упаковка. Понятие торговой марки и фирменного стиля. Правовые аспекты ТМ.	2	1	
	<b>Практическое занятие:</b>	<b>6</b>		25
	Интерактивное занятие Деловая игра: «Разработка бренда»	6		25
	<b>Самостоятельная работа:</b>	<b>4</b>		
	Конспект лекционного материала	4		
<b>Тема 3.</b>	<b>Содержание учебного</b>	<b>6</b>		

<b>Стратегическое управление коммуникациями бренда.</b> Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 6.2	<i>материала</i>			
	Концепции брендинга. Стратегия и тактика. Бренддинг в традиционном маркетинге. Коммуникационная концепция маркетинга. Бренд-билдинг. Модели марочных стратегий. Марочный капитал.	3	1	
	Активы и ценности бренды. Премиальное ценообразование. Качественные и количественные оценки торговой марки. Управление брендом в соответствии с комплексом маркетинга. Брендвые стратегии обновления, расширения, создания новых брендов.	3	1	
	<b>Практическое занятие:</b>	<b>6</b>		25
	Практический тренинг: Этапы становления брендов.	6		25
	<b>Самостоятельная работа:</b>	<b>4</b>		
	Конспект лекционного материала	4		
<b>Тема 4. Концепция позиционирования бренда.</b> Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 6.2	<i>Содержание учебного материала</i>	<b>4</b>		
	Анализ позиции бренда в рыночной ситуации. Позиционирование: ключевые понятия, идеи. Влияние сегментирования рынка на позицию бренда.	2	1	
	Этапы позиционирования и репозиционирования брендов. Виды позиционирования бренда. Конкурентные преимущества.	2	1	
	<b>Практическое занятие:</b>	<b>6</b>		25
	Практический тренинг: Позиционирование бренда.	6		25
	<b>Самостоятельная работа:</b>	<b>6</b>		
	Конспект лекционного материала	6		
<b>Тема 5. Планирование кампании по</b>	<i>Содержание учебного материала</i>	<b>6</b>		
	Бренд как комплексная	3	1	

<p><b>продвижению бренда.</b> Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 6.2</p>	<p>маркетинговая система. Интегрированный брендинг. Модель интегрированного бренда. Этапы продвижения брендов: исследования, определение целей, выбор ЦА, выбор средств маркетинговых коммуникаций, выбор стратегий маркетингового обращения, определение бюджета, реализация стратегии, оценка результатов.</p>			
	<p>Методики исследования образа бренда. Формирование лояльности бренду Анализ эффективности бренда и брендинговой кампании.</p>	3	1	
	<p><b>Самостоятельная работа:</b></p>	<b>6</b>		
	<p>Конспект лекционного материала</p>	6		
<p><b>Самостоятельная работа при изучении МДК 06.04.</b></p>		24		
<p>1. Работа с конспектами и со специальной литературой по медиасистеме и массовым коммуникациям. 2. Изучение основной и дополнительной литературы; поиск информации в интернете и периодических изданиях. 3. Изучение и анализ средств массовой информации с целью подготовки к практическим занятиям и к докладам-презентациям.</p>				
<p><b>Всего</b></p>		<b>72/24</b>		<b>100</b> <b>Дифф. зачет</b>
<p><b>МДК.06.05. Организация рекламного бизнеса</b></p>		72		
<p><b>Тема 1. Современный рекламный рынок: история, структура, тенденции, перспективы.</b> Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 6.4</p>	<p><b>Содержание учебного материала</b></p>	<b>6</b>		
	<p>История развития и основные тенденции развития современного рекламного бизнеса в России. Спрос и предложение на рынке рекламных услуг.</p>	3	1	
	<p>Участники рекламного рынка: рекламодатели, рекламопроизводители, рекламораспространители, потребители рекламных продуктов. Виды профессий в рекламном бизнесе. Менеджер по рекламе и его</p>	3	1	

	обязанности.			
	<b>Практическое занятие:</b>	<b>8</b>		<b>20</b>
	Анализ рекламного рынка	8		20
	<b>Самостоятельная работа:</b>	<b>6</b>		<b>20</b>
	Конспект лекционного материала Подготовка доклада	6		20
<b>Тема 2.</b> <b>Рекламные предприятия: определение понятия, классификация, структура, разработка конкурентных стратегий.</b> Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 6.4	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>6</b>		
	Виды деятельности на рекламном рынке. Организационно-правовые формы рекламного бизнеса. Агентство как форма организации рекламного бизнеса. Определение понятия «рекламное агентство».	3	1	
	Классификация рекламных агентств. Виды организационных структур РА. Функции рекламного агентства. Функции рекламного агентства полного цикла. Понятие аутсорсинга. Виды специализированных агентств. Рекламный отдел предприятия: виды отделов, их задачи и функции.	3	1	
	<b>Самостоятельная работа:</b>	<b>6</b>		<b>20</b>
	Конспект лекционного материала Подготовка доклада	6		20
<b>Тема 3.</b> <b>Рекламный продукт. Работы и услуги рекламного предприятия. Управление качеством рекламных услуг.</b> Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 6.4	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>4</b>		
	Рекламный процесс и его участники. Определение понятий: рекламный продукт, работы и услуги рекламного предприятия. Виды рекламного продукта. Рекламная концепция, рекламная стратегия, рекламная кампания. Отличительные особенности товаров и услуг. Виды услуг на рекламном рынке. Основные черты рекламной услуги	4	1	
	<b>Практическое занятие:</b>	<b>8</b>		<b>20</b>

	Интерактивное занятие Круглый стол: «Работа в рекламном агентстве»	8		20
	<b>Самостоятельная работа:</b>	<b>4</b>		
	Конспект лекционного материала	4		
<b>Тема 4. Планирование деятельности рекламного предприятия.</b> Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 6.4	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>4</b>		
	Организация рекламного процесса в рекламном агентстве. Правовые аспекты взаимодействия рекламного агентства и партнеров. Документирование работы с клиентом в рамках управления качеством на рекламном предприятии.	2	1	
	Особенности взаимодействия рекламодателя и рекламного агентства при разработке рекламного заказа. Виды брифов и отчетности перед заказчиком Должности в РА и функциональные обязанности персонала рекламного предприятия.	2	1	
	<b>Практическое занятие:</b>	<b>8</b>		<b>20</b>
	Практические тренинг Разработка брифа	8		20
	<b>Самостоятельная работа:</b>	<b>4</b>		
	Конспект лекционного материала	4		
<b>Тема 5. Планирование и управление рекламным проектом.</b> Формируемые компетенции: ОК 1 – ОК 11, ПК 6.4	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>4</b>		
	Понятие рекламной кампании. Классификация рекламных кампаний. Рекламная кампания как рекламный проект. Комплекс мероприятий рекламной кампании	2	1	
	Структура взаимодействия РА и заказчика на этапе разработки рекламной стратегии. Этапы разработки рекламной кампании в рекламном агентстве	2	1	
	<b>Самостоятельная работа:</b>	<b>4</b>		
	Конспект лекционного материала	4		

<b>Самостоятельная работа при изучении МДК 06.05.</b>	24		
1. Работа с конспектами и со специальной литературой по медиасистеме и массовым коммуникациям. 2. Изучение основной и дополнительной литературы; поиск информации в интернете и периодических изданиях. 3. Изучение и анализ средств массовой информации с целью подготовки к практическим занятиям и к докладам-презентациям.			
<b>Всего</b>	<b>72/24</b>		<b>100</b> <b>Дифф. зачет</b>
<b>Производственная практика (по профилю специальности) итоговая по модулю</b>	<b>108</b>		<b>Дифф.Зачет</b> <b>100</b>
<b>Виды работ:</b> Вводный инструктаж в организации. Общая характеристика организации. Организация управления в сфере рекламной деятельности: Разработка организационной структуры рекламного агентства; Определение факторов влияния внешней среды на рекламное агентство; Планирование рекламной компании; Определение целей и функций рекламного менеджмента; Применение различных теорий мотивации; Создание имиджа менеджера; Решение конфликтной ситуации; Составление штатного расписания рекламного агентства.  Подведение итогов практики и систематизация документов по практике.			Форма отчетности – отчет по практике, дневник прохождения практики
<b>Всего по МДК 06.01</b>	<b>114/38</b>		<b>Дифф.зачет</b> <b>100</b>
<b>Всего по МДК 06.02</b>	<b>98/33</b>		<b>Экзамен</b> <b>100</b>
<b>Всего по МДК 06.03</b>	<b>78/26</b>		<b>Дифф.зачет</b> <b>100</b>
<b>Всего по МДК 06.04</b>	<b>72/24</b>		<b>Дифф.зачет</b> <b>100</b>
<b>Всего по МДК 06.05</b>	<b>72/24</b>		<b>Дифф.зачет</b> <b>100</b>
<b>Производственная практика</b>	<b>108</b>		<b>Дифф.зачет</b> <b>100</b>
<b>ВСЕГО: ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 6, ОК 7, ОК 8, ОК 9, ОК 10, ОК 11, ПК 6.1, ПК6.2, ПК 6.2, ПК 6.4</b>	<b>542/145</b>		<b>Экзамен квалиф.</b>

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие методы:

1. ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
2. репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством);
3. продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач).

#### **IV. Условия реализации программы**

##### **Требования к минимальному материально-техническому обеспечению.**

**МДК.06.01. Реклама в интернет; МДК.06.02. Введение в систему СМИ и коммуникаций; МДК.06.03. Event-менеджмент; МДК.06.04. Бренд-менеджмент; МДК.06.05. Организация рекламного бизнеса**

##### **Кабинет экономики и менеджмента**

###### **Основное оборудование:**

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя;

###### **Технические средства обучения:**

Персональный компьютер, набор демонстрационного оборудования (проектор, экран)

##### **Помещение для самостоятельной работы обучающихся**

###### **Основное оборудование:**

оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде

**ПП.06.01 Производственная практика (по профилю специальности); ПМ.06.ЭК Экзамен квалификационный**

##### **Кабинет экономики и менеджмента**

###### **Основное оборудование:**

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя;

###### **Технические средства обучения:**

Персональный компьютер, набор демонстрационного оборудования (проектор, экран)

##### **Помещение для самостоятельной работы обучающихся**

###### **Основное оборудование:**

оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде



**При проведении образовательного процесса по дисциплине необходимо наличие:**

***лицензионное программное обеспечение:***

- Microsoft Windows 7 pro;
- Операционная система Microsoft Windows 10 pro;
- Операционная система Microsoft Windows Server 2012 R2;
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional 13;
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional 16;
- Комплексная Система Антивирусной Защиты Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition.

***электронно-библиотечная система:***

- Электронная библиотечная система (ЭБС) «Университетская библиотека ONLINE» <http://biblioclub.ru/>
- Электронно-образовательная система ЮРАЙТ <https://urait.ru/>
- Электронная библиотечная система (ЭБС) «Университетская библиотека ONLINE» <https://www.studentlibrary.ru>

***современные профессиональные баз данных:***

- Официальный интернет-портал базы данных правовой информации <http://pravo.gov.ru>.
- Портал Единое окно доступа к образовательным ресурсам <http://window.edu.ru/>

***информационные справочные системы:***

- Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования <http://fgosvo.ru>.

Компьютерная справочная правовая система «Консультант Плюс» (<http://www.consultant.ru/>) **Активные и интерактивные образовательные технологии, используемые на занятиях:**

Вид занятия*	Используемые активные и интерактивные образовательные технологии
ТО	Технология коллективного обучения, проблемного и проектного обучения, технология развития критического мышления, разбор конкретных ситуаций, групповые дискуссии
ПР	Компьютерные и проектные технологии, мультимедийные технологии, технология коллективного обучения, игровые технологии, групповые дискуссии, профессиональные тренинги

\* ТО – теоретическое обучение, ПР – практические занятия, ЛР – лабораторные занятия.

### **Перечень рекомендуемых учебных пособий, дополнительной литературы, Интернет-источников**

#### ***Основная литература:***

1. Годин, А. М. Брендинг : учебное пособие / А. М. Годин. – 4-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2016. – 184 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453899>

2. Москалев, С. М. Интернет-технологии и реклама в бизнесе : учебное пособие / С. М. Москалев ; Министерство сельского хозяйства Российской Федерации, Санкт-Петербургский государственный аграрный университет. – Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный аграрный университет (СПбГАУ), 2018. – 101 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=491717>

3. Евстафьев, В. А. Организация и практика работы рекламного агентства : учебник / В. А. Евстафьев, А. В. Молин. – 2-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2019. – 508 с. : ил., табл., схем. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=621637>

4. Ананьева, Н. В. Рекламная деятельность : учебное пособие / Н. В. Ананьева, Ю. Ю. Сулова ; Сибирский федеральный университет. – Красноярск : Сибирский федеральный университет (СФУ), 2017. – 198 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496962>

5. Цветкова, Г. С. Рекламный менеджмент : учебное пособие : [16+] / Г. С. Цветкова ; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Поволжский государственный технологический университет. – Йошкар-Ола : Поволжский государственный технологический университет, 2018. – 108 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=494305>

6. МакДональд, М. Брендинг. Как создать мощный бренд : учебник / М. МакДональд, Л. Чернатони. – Москва : Юнити, 2015. – 559 с. – (Зарубежный

учебник). – Режим доступа: по подписке. –  
URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436697>

7. Мелькин, Н. В. Искусство продвижения сайта. Полный курс SEO: от идеи до первых клиентов : [16+] / Н. В. Мелькин, К. С. Горяев. – Москва ; Вологда : Инфра-Инженерия, 2017. – 269 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=464474>

8. Годин, А. М. Брендинг : учебное пособие / А. М. Годин. – 4-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2016. – 184 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453899>

9. Шпаковский, В. О. Интернет-журналистика и Интернет-реклама : учебное пособие / В. О. Шпаковский, Н. В. Розенберг, Е. С. Егорова. – Москва ; Вологда : Инфра-Инженерия, 2018. – 248 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493883>

#### ***Дополнительная литература:***

1. Сердобинцева, Е. Н. Структура и язык рекламных текстов : учебное пособие : [16+] / Е. Н. Сердобинцева. – 5-е изд., стер. – Москва : ФЛИНТА, 2021. – 161 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=57575>

2. Исаенко, Е. В. Экономические и организационные основы рекламной деятельности : учебное пособие / Е. В. Исаенко, А. Г. Васильев. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Юнити, 2017. – 351 с. : ил., табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=615855>

3. Грошев, И. В. Системный бренд-менеджмент : учебник / И. В. Грошев, А. А. Краснослободцев. – Москва : Юнити, 2015. – 655 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=117920>

4. Васильев, Г. А. Основы рекламы : учебное пособие / Г. А. Васильев, В. А. Поляков. – Москва : Юнити, 2015. – 718 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114432>

5. Учёнова, В. В. История рекламы : учебник / В. В. Учёнова, Н. В. Старых. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва : Юнити, 2015. – 495 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115298>

6. Цвик, В. Л. Телевизионная журналистика : учебное пособие / В. Л. Цвик. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Юнити-Дана, 2017. – 496 с. : табл. – (Медиаобразование). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=682994>

***Нормативные правовые акты (в редакции последних изменений на день использования нормативного правового акта):***

1. Закон РФ от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации» // "Российская газета", № 32, 08.02.1992.

2. Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» // "Собрание законодательства РФ", 20.03.2006, № 12, ст. 1232.

**Официальные издания:**

1. Российская газета
2. Собрание законодательства Российской Федерации

**Электронные базы периодических изданий:**

1. Электронная библиотечная система (ЭБС) «Университетская библиотека ONLINE» <https://biblioclub.ru/>
2. Научная электронная библиотека <https://elibrary.ru/titles.asp>

**Современные профессиональные базы данных и информационные ресурсы сети Интернет:**

№	Наименование портала (издания, курса, документа)	Ссылка
2	Школа рекламиста	<a href="http://www.advertiser-school.ru/pr-theory/press-conference.html">http://www.advertiser-school.ru/pr-theory/press-conference.html</a>
4.	Ассоциация коммуникативных агентств России (АКАР)	<a href="https://www.akarussia.ru">https://www.akarussia.ru</a>
5.	Книги о рекламе и ПР	<a href="http://www.al24.ru/category/biznes-ekonomika-finansy/reklama-i-pr/page/3">http://www.al24.ru/category/biznes-ekonomika-finansy/reklama-i-pr/page/3</a>
6.	Деловой портал для профессионалов event-менеджеров	<a href="https://event-live.ru">https://event-live.ru</a>

**Порядок проведения учебных занятий по профессиональному модулю ПМ.06 «Менеджмент в рекламе» (МДК.06.01 Реклама в интернет, МДК.06.02. Введение в систему СМИ и коммуникаций, МДК.06.03. Event-менеджмент, МДК.06.04. Бренд-менеджмент, МДК.06.05 Организация рекламного бизнеса) при освоении образовательной программы инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья**

Создание доступной среды для инвалидов и лиц с ОВЗ (далее – вместе лица/обучающиеся с ОВЗ) является одним из приоритетных направлений современной социальной политики. Доступное профессиональное образование для лиц с ОВЗ – одно из направлений социальной интеграции данной категории граждан в общество, поскольку образование – наиболее действенный социальный ресурс. Профессиональное образование позволяет лицам с ОВЗ повысить конкурентоспособность на рынке труда, создает основу для равных возможностей, повышает личностный статус.

Содержание рабочей программы профессионального модуля и условия организации обучения по данной рабочей программе профессионального модуля для инвалидов определяются в том числе в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида (при наличии), для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья - на основе образовательных программ, адаптированных при необходимости для обучения указанных обучающихся (части 1 и 8 статьи 79 Федерального закона от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»).

При обучении по данному профессиональному модулю обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются бесплатно специальные учебники и учебные пособия, иная учебная литература.

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации, обучающихся с ОВЗ в Омском филиале Университета Синергия созданы фонды оценочных средств, адаптированные для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья и позволяющие оценить достижение ими запланированных в ОПОП результатов обучения и уровень сформированности всех компетенций, заявленных в образовательной программе.

Текущий контроль успеваемости осуществляется преподавателем и/или обучающимся инвалидом или обучающимся с ограниченными возможностями здоровья в процессе проведения практических занятий и лабораторных работ, а также при выполнении индивидуальных работ и домашних заданий, или в режиме тренировочного тестирования в целях получения информации о выполнении обучаемым требуемых действий в процессе учебной деятельности; правильности выполнения требуемых действий; соответствии формы действия данному этапу усвоения учебного материала; формировании действия с должной мерой обобщения, освоения (в том числе автоматизированности, быстроты выполнения) и т.д. Текущий контроль успеваемости для обучающихся инвалидов и обучающихся с ограниченными возможностями здоровья имеет большое значение, поскольку позволяет своевременно выявить затруднения и отставание в обучении и внести коррективы в учебную деятельность.

Форма проведения текущей и промежуточной аттестации для студентов-инвалидов устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.). При необходимости студенту-инвалиду предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на мероприятиях промежуточной аттестации.

Во исполнение приказов Минобрнауки России от 09.11.2015 № 1309 «Об утверждении Порядка обеспечения условий доступности для инвалидов объектов и предоставляемых услуг в сфере образования, а также оказания им при этом необходимой помощи», от 02.12.2015 № 1399 «Об утверждении Плана мероприятий («дорожной карты») Министерства образования и науки Российской Федерации по повышению значений показателей доступности для инвалидов объектов и предоставляемых на них услуг в сфере образования»), письма Минобрнауки России от 12.02.2016 № ВК-270/07 «Об обеспечении условий доступности для инвалидов объектов и услуг в сфере образования» проведены обследование объектов Омского филиала Университета Синергия и услуг в сфере образования, оказываемых ему, на предмет их доступности для лиц с ОВЗ, и паспортизация его зданий.

На основе Паспорта доступности для инвалидов объекта и предоставляемых на нем услуг в сфере образования, разработанного по форме согласно письму Минобрнауки России от 12.02.2016 № ВК-270/07, согласованного с общественной

организацией Всероссийского общества инвалидов, утверждён план действий Университета Синергия по повышению значений показателей доступности для инвалидов его объектов и услуг в сфере образования, оказываемых им (Дорожная карта), на период до 2030 г. По итогам проведённой паспортизации Омский филиал Университета Синергия признан условно доступным для лиц с ограниченными возможностями здоровья, что является достаточным основанием для возможности пребывания указанных категорий граждан в Омском филиале Университета Синергия и предоставления им образовательных услуг с учетом дальнейшего увеличения степени его доступности на основе реализации мероприятий Дорожной карты.

Создание безбарьерной среды в Омском филиале Университета Синергия учитывает потребности следующих категорий инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья:

- с нарушениями зрения;
- с нарушениями слуха;
- с ограничением двигательных функций.

Обеспечение доступности прилегающей к Омскому филиалу Университета Синергия территории, входных путей, путей перемещения внутри здания для различных нозологий.

Территория Омского филиала Университета Синергия соответствует условиям беспрепятственного, безопасного и удобного передвижения маломобильных студентов, обеспечения доступа к зданиям и сооружениям, расположенным на нем. Обеспечено доступность путей движения, наличие средств информационно-навигационной поддержки, дублирование лестниц подъемными устройствами, оборудование лестниц поручнями, контрастная окраска дверей и лестниц, выделение мест для парковки автотранспортных средств инвалидов и лиц с ОВЗ.

В Омском филиале Университета Синергия обеспечен один вход, доступный для лиц с нарушением опорно-двигательного аппарата. Помещения, где могут находиться люди на креслах-колясках, размещены на уровне доступного входа. При ином размещении помещений по высоте здания, кроме лестниц, предусмотрены, подъемные платформы для людей с ограниченными возможностями и лифт.

Комплексная информационная система для ориентации и навигации инвалидов и лиц с ОВЗ в архитектурном пространстве Омского филиала Университета Синергия включает визуальную, звуковую и тактильную информацию.

Наличие оборудованных санитарно-гигиенических помещений для студентов различных нозологий.

На каждом этаже обустроена одна туалетная кабина, доступная для маломобильных обучающихся. В универсальной кабине и других санитарно-бытовых помещениях, предназначенных для пользования всеми категориями студентов с ограниченными возможностями, установлены откидные опорные

поручни, откидные сидения.

Наличие специальных мест в аудиториях для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

В каждом специальном помещении (учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования) предусмотрена возможность оборудования по 1 - 2 места для студентов-инвалидов по каждому виду нарушений здоровья - опорно-двигательного аппарата, слуха и зрения.

В стандартной аудитории первые столы в ряду у окна и в среднем ряду предусмотрены для обучаемых с нарушениями зрения и слуха, а для обучаемых, передвигающихся в кресле-коляске, - выделено 1 - 2 первых стола в ряду у дверного проема.

Для слабослышащих студентов использование сурдотехнических средств является средством оптимизации учебного процесса, средством компенсации утраченной или нарушенной слуховой функции.

Технологии беспроводной передачи звука (FM-системы) являются эффективным средством для улучшения разборчивости речи в условиях профессионального обучения.

Учебная аудитория, в которой обучаются студенты с нарушением слуха, оборудована радиоклассом, компьютерной техникой, аудиотехникой (акустический усилитель и колонки), видеотехникой (мультимедийный проектор, экран), мультимедийной системой. Особую роль в обучении слабослышащих также играют видеоматериалы.

В Университете Синергия в наличии брайлевская компьютерная техника, программы-синтезаторы речи.

Компьютерные тифлотехнологии базируются на комплексе аппаратных и программных средств, обеспечивающих преобразование компьютерной информации в доступные для незрячей и слабовидящей формы (звуковое воспроизведение, рельефно-точечный или укрупненный текст), и позволяют обучающимся с нарушением зрения самостоятельно работать на обычном персональном компьютере с программами общего назначения.

Тифлотехнические средства, используемые в учебном процессе студентов с нарушениями зрения: средства для усиления остаточного зрения и средства преобразования визуальной информации в аудио и тактильные сигналы.

Для слабовидящих студентов в лекционных и учебных аудиториях предусмотрена возможность просмотра удаленных объектов (например, текста на доске или слайда на экране) при помощи видеоувеличителей для удаленного просмотра.

Для студентов с нарушениями опорно-двигательного аппарата используются альтернативных устройств ввода информации.

При процессе обучения по данному профессиональному модулю используются специальные возможности операционной системы Windows, такие как экранная клавиатура, с помощью которой можно вводить текст, настройка действий Windows при вводе с помощью клавиатуры или мыши.

При наличии обучающихся с ограниченными возможностями здоровья, необходимо предусмотреть выбор мест прохождения практик (включенных в данный профессиональный модуль), который должен учитывать состояние здоровья и требования по доступности. При наличии обучающихся с ограниченными возможностями здоровья, необходимо предусмотреть выбор мест прохождения практик (включенных в данный профессиональный модуль), который должен учитывать состояние здоровья и требования по доступности.

### **Общие требования к организации образовательного процесса**

Целью изучения профессионального модуля является приобретение обучающимися глубоких знаний о менеджменте в рекламе, а также знаний об основных правилах профессиональной этики и приёмов делового общения.

При проведении занятий по профессиональному модулю используются различные формы обучения: лекции, уроки, семинары, практические занятия, в том числе с приглашением работников из ведущих рекламных компаний, деловые игры, ознакомительные экскурсии.

Освоению профессионального модуля предшествует изучение учебной дисциплины «Разработка и создание дизайна рекламной продукции», «Производство рекламной продукции», «Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта».

В процессе обучения профессионального модуля предусмотрена производственная практика в объеме 108 часов.

Изучение программы модуля завершается квалификационным экзаменом, который предполагает представление портфолио профессиональных достижений студента и защиту методических материалов (См.Приложения).

При наличии обучающихся с ограниченными возможностями здоровья, необходимо предусмотреть выбор мест прохождения практик (включенных в данный профессиональный модуль), который должен учитывать состояние здоровья и требования по доступности.

### **Кадровое обеспечение образовательного процесса**

Реализация ППСЗ по специальности должна обеспечиваться педагогическими кадрами, имеющими высшее образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины (модуля). Опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы является обязательным для преподавателей, отвечающих за освоение обучающимся профессионального учебного цикла. Преподаватели получают дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации, в том числе в форме стажировки в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.



## V. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля

Образовательное учреждение, реализующее подготовку по программе профессионального модуля, обеспечивает организацию и проведение текущего контроля и промежуточной аттестации.

Текущий контроль производится преподавателем в процессе обучения.

Обучение по профессиональному модулю завершается квалификационным экзаменом, который проводит экзаменационная комиссия.

Формы и методы текущего и итогового контроля по профессиональному модулю разрабатываются Омским филиалом Университета Синергия и доводятся до сведения обучающихся не позднее начала двух месяцев от начала обучения.

Для текущего и итогового контроля образовательным учреждением создаются фонды оценочных средств (ФОС).

ФОС включают в себя педагогические контрольно – измерительные материалы, предназначенные для определения соответствия (или несоответствия) индивидуальных образовательных достижений основным показателям результатов подготовки (таблицы).

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
<i>иметь практический опыт:</i>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• создания рекламного ролика в интернете;</li> <li>• организации собственного интернет-сообщества с целью продвижения товара/услуги;</li> <li>• запуска рекламной интернет-кампании;</li> </ul> ОК 1 – ОК 11, ПК 61.	<p><u>Формы контроля обучения:</u>  <i>Текущий контроль:</i>            Практические занятия: практические занятия с практическими заданиями с использованием персонального компьютера, групповые дискуссии, психологические тренинги: прохождение практики (дневник практики, отчет по практике)            Самостоятельная работа: эссе, выполнение домашних заданий  <i>Промежуточная аттестация</i>  <u>Методы оценки результатов обучения:</u> - формализованное наблюдение за деятельностью студента и оценка на практическом занятии;            - оценка самостоятельности и творческого подхода;            - оценка выполнения индивидуальных заданий;            - оценка степени участия в групповых дискуссиях, психологических тренингах деловых играх;            - проверка и оценка отчета и дневника практик            накопительная оценка</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• создания газетно-журнального контента;</li> <li>• создания телепрограммы;</li> <li>• ОК 1 – ОК 11, ПК 6.1 – ПК 6.2</li> </ul>	<p><u>Формы контроля обучения:</u>  <i>Текущий контроль:</i>            Практические занятия: практические занятия с практическими заданиями с использованием персонального компьютера, групповые дискуссии, психологические тренинги: прохождение практики (дневник практики, отчет по практике)            Самостоятельная работа: эссе, выполнение домашних заданий  <i>Промежуточная аттестация</i></p>

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
	<p><u>Методы оценки результатов обучения:</u> - формализованное наблюдение за деятельностью студента и оценка на практическом занятии;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- оценка самостоятельности и творческого подхода;</li> <li>- оценка выполнения индивидуальных заданий;</li> <li>- оценка степени участия в групповых дискуссиях, психологических тренингах деловых играх;</li> <li>- проверка и оценка отчета и дневника практик</li> </ul> <p>накопительная оценка</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• конструирования бренда и организации брендингового процесса;</li> </ul> <p>ОК 1 – ОК 11, ПК 6.3</p>	<p><u>Формы контроля обучения:</u></p> <p><i>Текущий контроль:</i>          Практические занятия: практические занятия с практическими заданиями с использованием персонального компьютера, групповые дискуссии, психологические тренинги: прохождение практики (дневник практики, отчет по практике)          Самостоятельная работа: эссе, выполнение домашних заданий</p> <p><i>Промежуточная аттестация</i></p> <p><u>Методы оценки результатов обучения:</u> - формализованное наблюдение за деятельностью студента и оценка на практическом занятии;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- оценка самостоятельности и творческого подхода;</li> <li>- оценка выполнения индивидуальных заданий;</li> <li>- оценка степени участия в групповых дискуссиях, психологических тренингах деловых играх;</li> <li>- проверка и оценка отчета и дневника практик</li> </ul> <p>накопительная оценка</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• организации event - мероприятий различных видов: деловых, массовых, корпоративных;</li> <li>• проектирования event – мероприятия;</li> <li>• применения теоретических основ при планировании и проведении event – мероприятий;</li> </ul> <p>ОК 1 – ОК 11, ПК 6.2</p>	<p><u>Формы контроля обучения:</u></p> <p><i>Текущий контроль:</i>          Практические занятия: практические занятия с практическими заданиями с использованием персонального компьютера, групповые дискуссии, психологические тренинги: прохождение практики (дневник практики, отчет по практике)          Самостоятельная работа: эссе, выполнение домашних заданий</p> <p><i>Промежуточная аттестация</i></p> <p><u>Методы оценки результатов обучения:</u> - формализованное наблюдение за деятельностью студента и оценка на практическом занятии;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- оценка самостоятельности и творческого подхода;</li> <li>- оценка выполнения индивидуальных заданий;</li> <li>- оценка степени участия в групповых дискуссиях, психологических тренингах деловых играх;</li> <li>- проверка и оценка отчета и дневника практик</li> </ul> <p>накопительная оценка</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• создания рекламного продукта;</li> <li>• документирования работы с клиентом в рамках работы над выполнением рекламного проекта;</li> </ul>	<p><u>Формы контроля обучения:</u></p> <p><i>Текущий контроль:</i>          Практические занятия: практические занятия с практическими заданиями с использованием</p>

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
<ul style="list-style-type: none"> <li>совместной работы сотрудников рекламного предприятия</li> </ul> <p>ОК 1 – ОК 11, ПК 6.4</p>	<p>персонального компьютера, групповые дискуссии, психологические тренинги: прохождение практики (дневник практики, отчет по практике)</p> <p>Самостоятельная работа: эссе, выполнение домашних заданий</p> <p><i>Промежуточная аттестация</i></p> <p><u>Методы оценки результатов обучения:</u> - формализованное наблюдение за деятельностью студента и оценка на практическом занятии;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- оценка самостоятельности и творческого подхода;</li> <li>- оценка выполнения индивидуальных заданий;</li> <li>- оценка степени участия в групповых дискуссиях, психологических тренингах деловых играх;</li> <li>- проверка и оценка отчета и дневника практик</li> </ul> <p>накопительная оценка</p>
<p><b>уметь:</b></p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>определять оплаченный материал в интернете;</li> <li>выявлять нативную рекламу и контент-маркетинг внутри интернет-наполнения любого сайта;</li> <li>создавать любой вид интернет-рекламы;</li> <li>продвигать товар/услугу в социальных сетях.</li> </ul> <p>ОК 1 – ОК 11, ПК 6.1</p>	<p><u>Формы контроля обучения:</u></p> <p><i>Текущий контроль:</i></p> <p>Практические занятия: практические занятия с практическими заданиями с использованием персонального компьютера, групповые дискуссии, психологические тренинги: прохождение практики (дневник практики, отчет по практике)</p> <p>Самостоятельная работа: эссе, выполнение домашних заданий</p> <p><i>Промежуточная аттестация</i></p> <p><u>Методы оценки результатов обучения:</u> - формализованное наблюдение за деятельностью студента и оценка на практическом занятии;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- оценка самостоятельности и творческого подхода;</li> <li>- оценка выполнения индивидуальных заданий;</li> <li>- оценка степени участия в групповых дискуссиях, психологических тренингах деловых играх;</li> <li>- проверка и оценка отчета и дневника практик</li> </ul> <p>накопительная оценка</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>отличать различные виды прессы, телеканалов, радиостанций по тематическим признакам;</li> <li>составлять недельную сетку вещания телеканала;</li> <li>использовать невербальную коммуникацию при налаживании диалога;</li> <li>искать необходимые данные для стабильного функционирования СМИ;</li> <li>понимать принципы дальнейшего развития СМИ в России;</li> </ul> <p>ОК 1 – ОК 11, ПК 6.1 – ПК 6.2</p>	<p><u>Формы контроля обучения:</u></p> <p><i>Текущий контроль:</i></p> <p>Практические занятия: практические занятия с практическими заданиями с использованием персонального компьютера, групповые дискуссии, психологические тренинги: прохождение практики (дневник практики, отчет по практике)</p> <p>Самостоятельная работа: эссе, выполнение домашних заданий</p> <p><i>Промежуточная аттестация</i></p> <p><u>Методы оценки результатов обучения:</u> - формализованное наблюдение за деятельностью студента и оценка на практическом занятии;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- оценка самостоятельности и творческого подхода;</li> <li>- оценка выполнения индивидуальных заданий;</li> <li>- оценка степени участия в групповых дискуссиях,</li> </ul>

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
	<p>психологических тренингах деловых играх; - проверка и оценка отчета и дневника практик накопительная оценка</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• самостоятельно проводить оценку бренда;</li> <li>• на основе анализа конкурентоспособности создавать бренд предприятия;</li> <li>• разрабатывать стратегические планы продвижения бренда;</li> <li>• применять методы анализа бренда;</li> <li>• внедрять результаты анализа эффективности бренда торговой организации.</li> </ul> <p>ОК 1 – ОК 11, ПК 6.3</p>	<p><u>Формы контроля обучения:</u> <i>Текущий контроль:</i> Практические занятия: практические занятия с практическими заданиями с использованием персонального компьютера, групповые дискуссии, психологические тренинги: прохождение практики (дневник практики, отчет по практике) Самостоятельная работа: эссе, выполнение домашних заданий <i>Промежуточная аттестация</i> <u>Методы оценки результатов обучения:</u> - формализованное наблюдение за деятельностью студента и оценка на практическом занятии; - оценка самостоятельности и творческого подхода; - оценка выполнения индивидуальных заданий; - оценка степени участия в групповых дискуссиях, психологических тренингах деловых играх; - проверка и оценка отчета и дневника практик накопительная оценка</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• рассчитывать бюджет event-мероприятия разного уровня;</li> <li>• привлекать внимание к event-мероприятию средствами рекламы, PR и другими видами маркетинговых коммуникаций;</li> <li>• разрабатывать этапы планирования и организации event-мероприятия;</li> <li>• вести переговоры с партнерами и подрядчиками event-проекта;</li> </ul> <p>ОК 1 – ОК 11, ПК 6.2</p>	<p><u>Формы контроля обучения:</u> <i>Текущий контроль:</i> Практические занятия: практические занятия с практическими заданиями с использованием персонального компьютера, групповые дискуссии, психологические тренинги: прохождение практики (дневник практики, отчет по практике) Самостоятельная работа: эссе, выполнение домашних заданий <i>Промежуточная аттестация</i> <u>Методы оценки результатов обучения:</u> - формализованное наблюдение за деятельностью студента и оценка на практическом занятии; - оценка самостоятельности и творческого подхода; - оценка выполнения индивидуальных заданий; - оценка степени участия в групповых дискуссиях, психологических тренингах деловых играх; - проверка и оценка отчета и дневника практик накопительная оценка</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• оценивать перспективы развития рекламного бизнеса</li> <li>• разбираться в бизнес-процессах рекламного предприятия и способах их оптимизации;</li> <li>• классифицировать виды рекламных услуг и рекламного производства;</li> <li>• разрабатывать этапы планирования и организации рекламных компаний</li> </ul>	<p><u>Формы контроля обучения:</u> <i>Текущий контроль:</i> Практические занятия: практические занятия с практическими заданиями с использованием персонального компьютера, групповые дискуссии, психологические тренинги: прохождение практики (дневник практики, отчет по практике) Самостоятельная работа: эссе, выполнение домашних заданий <i>Промежуточная аттестация</i></p>

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
ОК 1 – ОК 11, ПК 6.4	<p><u>Методы оценки результатов обучения:</u> - формализованное наблюдение за деятельностью студента и оценка на практическом занятии;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- оценка самостоятельности и творческого подхода;</li> <li>- оценка выполнения индивидуальных заданий;</li> <li>- оценка степени участия в групповых дискуссиях, психологических тренингах деловых играх;</li> <li>- проверка и оценка отчета и дневника практик</li> </ul> <p>накопительная оценка</p>
<p><b>знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• виды рекламы в интернете;</li> <li>• разновидности рекламы в социальных сетях;</li> <li>• метод «воронки продаж»;</li> <li>• основные рекламные алгоритмы;</li> <li>• эффективные приемы продвижения товара/услуги в интернете;</li> <li>• особенности современного рынка интернет-рекламы;</li> </ul> <p>ОК 1 – ОК 11, ПК 6.1</p>	<p><u>Формы контроля обучения:</u></p> <p><i>Текущий контроль:</i></p> <p>Практические занятия: практические занятия с практическими заданиями с использованием персонального компьютера, групповые дискуссии, психологические тренинги: прохождение практики (дневник практики, отчет по практике)</p> <p>Самостоятельная работа: эссе, выполнение домашних заданий</p> <p><i>Промежуточная аттестация</i></p> <p><u>Методы оценки результатов обучения:</u> - формализованное наблюдение за деятельностью студента и оценка на практическом занятии;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- оценка самостоятельности и творческого подхода;</li> <li>- оценка выполнения индивидуальных заданий;</li> <li>- оценка степени участия в групповых дискуссиях, психологических тренингах деловых играх;</li> <li>- проверка и оценка отчета и дневника практик</li> </ul> <p>накопительная оценка</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• последние тенденции развития рекламной отрасли.</li> <li>• современное состояние газетной, телевизионной и радиоиндустрии в России;</li> <li>• все элементы информационного рынка России;</li> <li>• основные печатные издания и принципы их работы;</li> <li>• особенности современного российского телевидения;</li> <li>• современное состояние радиовещания в России;</li> <li>• тенденции развития СМИ как системы в России.</li> </ul> <p>ОК 1 – ОК 11, ПК 6.1 – ПК 6.2</p>	<p><u>Формы контроля обучения:</u></p> <p><i>Текущий контроль:</i></p> <p>Практические занятия: практические занятия с практическими заданиями с использованием персонального компьютера, групповые дискуссии, психологические тренинги: прохождение практики (дневник практики, отчет по практике)</p> <p>Самостоятельная работа: эссе, выполнение домашних заданий</p> <p><i>Промежуточная аттестация</i></p> <p><u>Методы оценки результатов обучения:</u> - формализованное наблюдение за деятельностью студента и оценка на практическом занятии;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- оценка самостоятельности и творческого подхода;</li> <li>- оценка выполнения индивидуальных заданий;</li> <li>- оценка степени участия в групповых дискуссиях, психологических тренингах деловых играх;</li> <li>- проверка и оценка отчета и дневника практик</li> </ul> <p>накопительная оценка</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• основные принципы создания брендов;</li> <li>• основы стратегического брендинга;</li> </ul>	<p><u>Формы контроля обучения:</u></p> <p><i>Текущий контроль:</i></p> <p>Практические занятия: практические занятия с</p>

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
<ul style="list-style-type: none"> <li>• методы создания корпоративного бренд-менеджмента;</li> <li>• виды управленческих решений, направленных на повышение эффективности бренда торговой организации</li> </ul> <p>ОК 1 – ОК 11, ПК 6.3</p>	<p>практическими заданиями с использованием персонального компьютера, групповые дискуссии, психологические тренинги: прохождение практики (дневник практики, отчет по практике)</p> <p>Самостоятельная работа: эссе, выполнение домашних заданий</p> <p><i>Промежуточная аттестация</i></p> <p><u>Методы оценки результатов обучения:</u> - формализованное наблюдение за деятельностью студента и оценка на практическом занятии;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- оценка самостоятельности и творческого подхода;</li> <li>- оценка выполнения индивидуальных заданий;</li> <li>- оценка степени участия в групповых дискуссиях, психологических тренингах деловых играх;</li> <li>- проверка и оценка отчета и дневника практик</li> </ul> <p>накопительная оценка</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• основные принципы организации event-мероприятий;</li> <li>• типологию, классификацию и различия видов event - мероприятий;</li> <li>• компетенции и обязанности event - менеджера;</li> </ul> <p>ОК 1 – ОК 11, ПК 6.2</p>	<p><u>Формы контроля обучения:</u></p> <p><i>Текущий контроль:</i></p> <p>Практические занятия: практические занятия с практическими заданиями с использованием персонального компьютера, групповые дискуссии, психологические тренинги: прохождение практики (дневник практики, отчет по практике)</p> <p>Самостоятельная работа: эссе, выполнение домашних заданий</p> <p><i>Промежуточная аттестация</i></p> <p><u>Методы оценки результатов обучения:</u> - формализованное наблюдение за деятельностью студента и оценка на практическом занятии;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- оценка самостоятельности и творческого подхода;</li> <li>- оценка выполнения индивидуальных заданий;</li> <li>- оценка степени участия в групповых дискуссиях, психологических тренингах деловых играх;</li> <li>- проверка и оценка отчета и дневника практик</li> </ul> <p>накопительная оценка</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• виды управленческих решений, направленных на повышение эффективности организации специальных событий;</li> <li>• теоретические основы и принципы функционирования рекламного бизнеса;</li> <li>• основных субъектов российского рекламного рынка и их роль в организации рекламного производства;</li> <li>• организационно-правовые основы рекламного бизнеса;</li> <li>• виды профессий в рекламном бизнесе и требования к ним</li> </ul> <p>ОК 1 – ОК 11, ПК 6.4</p>	<p><u>Формы контроля обучения:</u></p> <p><i>Текущий контроль:</i></p> <p>Практические занятия: практические занятия с практическими заданиями с использованием персонального компьютера, групповые дискуссии, психологические тренинги: прохождение практики (дневник практики, отчет по практике)</p> <p>Самостоятельная работа: эссе, выполнение домашних заданий</p> <p><i>Промежуточная аттестация</i></p> <p><u>Методы оценки результатов обучения:</u> - формализованное наблюдение за деятельностью студента и оценка на практическом занятии;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- оценка самостоятельности и творческого подхода;</li> <li>- оценка выполнения индивидуальных заданий;</li> <li>- оценка степени участия в групповых дискуссиях,</li> </ul>

<b>Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)</b>	<b>Формы и методы контроля и оценки результатов обучения</b>
	психологических тренингах деловых играх; - проверка и оценка отчета и дневника практик накопительная оценка

## Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по профессиональному модулю

Промежуточная аттестация по модулю проводится в форме экзамена квалификационного; по производственной практике и МДК.06.01, МДК.06.03, МДК.06.04, МДК.06.05 – дифференцированный зачет, МДК.06.02 - экзамен

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Критерии оценки, балл
1.	Экзамен квалификационный ОК 1 – ОК 11, ПК 6.1 – ПК 6.4	<p>Экзамен квалификационный включает в себя: выполнение заданий 1,2 типа, защиту отчета по производственной практике:</p> <p>Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплин профессионального модуля, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплин профессионального модуля, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;</p> <p>Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплин профессионального модуля и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности;</p> <p>Задание №3 – защита отчета по производственной практике</p>	<p>Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале:            Задание 1: 0-30 баллов            Задание 2: 0-30 баллов            Задание 3: 0-40 баллов</p> <p><b>-90 и более (отлично) –</b>  <b>Задания 1, 2</b> - ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Практическое задание выполнено правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат.</p> <p><b>Задание 3:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• выполнил индивидуальный план прохождения производственной практики;</li> <li>• осуществил подборку необходимых нормативных правовых документов в соответствии с объектом исследования;</li> <li>• в период прохождения производственной практики выполнил спектр функций, которые в полной мере соответствуют области профессиональной деятельности;</li> <li>• во время защиты свободно, исчерпывающе и аргументированно ответил на все вопросы по существу;</li> <li>• правильно оформил дневник и отчет о прохождении производственной практики;</li> <li>• имеет положительную</li> </ul>



№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Критерии оценки, балл
			<p>характеристику по освоению профессиональных компетенций в период прохождения производственной практики от Организации;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• имеет положительное заключение об уровне освоения обучающимся профессиональных компетенций, содержащееся в аттестационном листе</li> </ul> <p><b>-70 и более (хорошо)–</b>  <b>Задания 1,2</b> -ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. <b>Ход</b> выполнения практического задания правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат.</p> <p><b>Задание 3:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• выполнил индивидуальный план прохождения производственной практики;</li> <li>• осуществил подборку необходимых нормативных правовых документов в соответствии с объектом исследования;</li> <li>• в период прохождения производственной практики выполнил спектр функций, которые в основном соответствуют области профессиональной деятельности;</li> <li>• во время защиты исчерпывающе ответил на все вопросы по существу;</li> <li>• оформил дневник и отчет о прохождении производственной практики с незначительными недостатками;</li> <li>• имеет положительную характеристику по освоению</li> </ul>

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Критерии оценки, балл
			<p>профессиональных компетенций в период прохождения производственной практики от Организации;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• имеет положительное заключение об уровне освоения обучающимся профессиональных компетенций, содержащееся в аттестационном листе</li> </ul> <p><b>-50 и более (удовлетворительно)</b></p> <p><b>Задание 1, 2</b>– ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Практическое задание выполнено частично.</p> <p><b>Задание 3:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• выполнил индивидуальный план прохождения производственной практики не в полном объеме;</li> <li>• не в полной мере осуществил подборку необходимых нормативных правовых документов в соответствии с объектом исследования;</li> <li>• в период прохождения производственной практики выполнил спектр функций, которые частично соответствуют области профессиональной деятельности;</li> <li>• во время защиты ответил на вопросы по существу без должной аргументации;</li> <li>• оформил дневник и отчет о прохождении производственной практики с недостатками;</li> <li>• имеет характеристику по освоению профессиональных компетенций в период прохождения производственной практики</li> </ul>

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Критерии оценки, балл
			<p>от Организации с указанием отдельных недостатков;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• имеет положительное заключение об уровне освоения обучающимся профессиональных компетенций, содержащееся в аттестационном листе.</li> </ul> <p><b>-Менее 50 (неудовлетворительно)</b></p> <p><b>Задание 1, 2</b> – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Практическое задание не выполнено.</p> <p><b>Задние 3:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• не выполнил индивидуальный план прохождения производственной практики;</li> <li>• не осуществил подборку необходимых нормативных правовых документов в соответствии с объектом исследования;</li> <li>• в период прохождения практики выполнил спектр функций, которые не соответствуют области профессиональной деятельности;</li> <li>• во время защиты не ответил на заданные вопросы или ответил неверно, не по существу;</li> <li>• неправильно оформил дневник и отчет о прохождении производственной практики;</li> <li>• имеет отрицательную характеристику по освоению профессиональных компетенций в период прохождения производственной практики от Организации;</li> <li>• имеет отрицательное заключение об уровне освоения обучающимся профессиональных компетенций, содержащееся в</li> </ul>

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Критерии оценки, балл
			аттестационном листе
2	<p>Дифференцированный зачет (учебная практика) ОК 1, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 6, ОК 7, ОК 9, ОК 11, ОК 12, ПК 1.1 – ПК 1.6</p>	<p>Дифференцированный зачет представляет собой проверку выполнения обучающимся заданий практики и подтверждением его результатов (отчет и дневник по практике):</p> <p><i>Дневник по производственной практике:</i></p> <p>в дневник записывается календарный план прохождения учебной практики (в соответствии с индивидуальным планом работы). В дальнейшем в дневник записываются все выполняемые обучающимся виды работ. Записи делаются ежедневно. Дневник является неотъемлемой частью отчета о прохождении практики, который подписывается руководителем от базы практики и сдается вместе с отчетом по практике. Допускаются приложения.</p> <p><i>Отчет по производственной практике:</i></p> <p>Предоставление отчета о прохождении учебной практики, индивидуального плана работы и аттестационного листа, содержащего сведения об уровне освоения обучающимся профессиональных компетенций, а также характеристики на обучающегося по освоению профессиональных компетенций в период прохождения практики</p>	<p>Оценка по производственной практике формируется на основе:</p> <p><b>Дневник по производственной практике:</b></p> <p><b>5</b> – получают обучающиеся, справившиеся с работой на 90-100 %;</p> <p><b>4</b> – ставится в том случае, если содержание соответствует 70 – 89 % от норматива заполнения дневника по практике;</p> <p><b>3</b> – ставится в том случае, если содержание соответствует 50 – 69 % от норматива заполнения дневника по практике;</p> <p><b>2</b> – ставится в том случае, если содержание соответствует 0 – 49 % от норматива заполнения дневника по практике.</p> <p><b>Отчет по производственной практике:</b></p> <p>– <b>85-95</b> – выставляется, если обучающийся выполнил индивидуальный план работы учебной практики:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• осуществил подборку необходимых нормативных правовых документов в соответствии с объектом исследования;</li> <li>• в период прохождения учебной практики выполнил спектр функций, которые в полной мере соответствуют области профессиональной деятельности;</li> <li>• во время защиты свободно, исчерпывающе и аргументированно ответил на все вопросы по существу;</li> <li>• правильно оформил отчет о прохождении учебной практики;</li> <li>• имеет положительную</li> </ul>

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Критерии оценки, балл
			<p>характеристику по освоению компетенций в период прохождения учебной практики от Организации;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• имеет положительное заключение об уровне освоения обучающимся профессиональных компетенций, содержащееся в аттестационном листе.</li> </ul> <p><b>65-84</b> – выставляется, если обучающийся выполнил индивидуальный план работы по учебной практике;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• осуществил подборку необходимых нормативных правовых документов в соответствии с объектом исследования;</li> <li>• в период прохождения учебной практики выполнил спектр функций, которые в основном соответствуют области профессиональной деятельности;</li> <li>• во время защиты исчерпывающе ответил на все вопросы по существу, согласно;</li> <li>• оформил отчет о прохождении учебной практики с незначительными недостатками;</li> <li>• имеет положительную характеристику по освоению профессиональных компетенций в период прохождения учебной практики от Организации;</li> <li>• имеет положительное заключение об уровне освоения обучающимся профессиональных компетенций, содержащееся в аттестационном листе.</li> </ul> <p><b>45-64</b> – выставляется, если обучающийся выполнил индивидуальный план работы по учебной практике не в полном объеме:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• не в полной мере осуществил</li> </ul>

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Критерии оценки, балл
			<p>подборку необходимых нормативных правовых документов в соответствии с объектом исследования;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• в период прохождения учебной практики выполнил спектр функций, которые частично соответствуют области профессиональной деятельности;</li> <li>• во время защиты ответил на вопросы по существу без должной аргументации;</li> <li>• оформил отчет о прохождении учебной практики с недостатками;</li> <li>• имеет характеристику по освоению профессиональных компетенций в период прохождения учебной практики от Организации с указанием отдельных недостатков;</li> <li>• имеет положительное заключение об уровне освоения обучающимся профессиональных компетенций, содержащееся в аттестационном листе.</li> </ul> <p>– <b>0 - 44</b> – выставляется, если обучающийся не выполнил индивидуальный план работы по учебной практике;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• не осуществил подборку необходимых нормативных правовых документов в соответствии с объектом исследования;</li> <li>• в период прохождения учебной практики выполнил спектр функций, которые не соответствуют области профессиональной деятельности;</li> <li>• во время защиты не ответил на заданные вопросы или ответил неверно, не по существу;</li> <li>• неправильно оформил отчет о прохождении учебной практики;</li> </ul>

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Критерии оценки, балл
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• имеет отрицательную характеристику по освоению профессиональных компетенций в период прохождения учебной практики от Организации;</li> <li>• имеет отрицательное заключение об уровне освоения обучающимся профессиональных компетенций, содержащееся в аттестационном листе.</li> </ul> <p><b>Итоговая оценка:</b>  <b>Зачтено с оценкой:</b>  <b>«Отлично» -90-100;</b>  <b>«Хорошо» -89-70;</b>  <b>«Удовлетворительно» -69-50;</b>  <b>«Неудовлетворительно» - 49-0</b></p>
3	Дифференцированный зачет (МДК.06.01, МДК.06.03, МДК.06.04, МДК.06.05) ОК 1 – ОК 11, ПК 6.1 – ПК 6.4	<p>Дифференцированный зачет – это зачет с оценкой, который представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя:</p> <p>Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;</p> <p>Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности;</p> <p>Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины</p>	<p>Выполнение обучающимся заданий билета оценивается по следующей балльной шкале:  Задание 1: 0-30 баллов  Задание 2: 0-30 баллов  Задание 3: 0-40 баллов</p> <p><b>«Зачтено»</b>  — <b>90-100 (отлично)</b>– ответ правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат.  — <b>70 -89 (хорошо)</b> – ответ в целом правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат.  — <b>50-69 (удовлетворительно)</b> – ответ в основном правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология.  <b>«Не зачтено»</b>  — <b>менее 50 (неудовлетворительно)</b> – ответы на теоретическую</p>

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Критерии оценки, балл
			часть неправильные или неполные.
4.	Экзамен (МДК.06.02) ОК 1 – ОК 11, ПК 6.1 – ПК 6.2	<p>Экзамен представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя:</p> <p>Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;</p> <p>Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности;</p> <p>Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины</p>	<p>Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале:</p> <p>Задание 1: 0-30 баллов Задание 2: 0-30 баллов Задание 3: 0-40 баллов</p> <p><b>-90 и более (отлично)</b> – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат.</p> <p><b>-70 и более (хорошо)</b>– ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Ход решения задачи правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат.</p> <p><b>-50 и более (удовлетворительно)</b>– ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена частично.</p> <p><b>-Менее 50 (неудовлетворительно)</b>– ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задача не решена</p>

**Типовые задания для проведения промежуточной аттестации по МДК.06.01  
Реклама в интернет – дифференцированный зачет**



### ***Задания 1 типа***

1. Интернет-СМИ и реклама: основы взаимодействия.
2. Продукт Интернет – рекламы.
3. Интернет-реклама на рынке.
4. Вопросы регулирования на рынке рекламы в интернете.
5. Рекламные технологии Интернета.
6. Рекламный баннер.
7. Рекламный видеоролик.
8. Интернет-сайт как рекламный продукт.
9. Создание рекламного продукта в Интернете.
10. Коммерческая реклама в Интернете.
11. Социальная реклама и PR в Интернете.
12. Корпоративная реклама и PR в Интернете.
13. Менеджмент рекламы в Интернет-СМИ.
14. Эффективность интернет-рекламы.
15. Рекламная кампания в Интернете по продвижению СМИ.
16. Особенности рекламного текста в продвижении СМИ.
17. Планирование рекламной кампания по продвижению СМИ.
18. Реализация рекламной кампания по продвижению СМИ.
19. Миф и символ в рекламе.
20. Использование игровых техник в современной рекламной деятельности.
21. Основные жанры вербальной рекламы.
22. Рекламный ролик на телевидении и в Интернете.
23. Проблемы языкового манипулирования в рекламной деятельности.
24. Психологическая безопасность потребителя и возможности его защиты от некорректной рекламы.
25. Основные стратегии создания рекламного текста.

### ***Задания 2 типа***

1. Методики создания рекламного образа. Приведите пример.
2. Язык современной рекламы. Приведите пример.
3. Психология цвета и формы в рекламе. Приведите пример.
4. Проблемы банковской рекламы. Приведите пример.
5. Современная политическая реклама. Приведите пример
6. Социальная реклама России. Приведите пример
7. Рекламные методы создания политического имиджа. Приведите пример
8. Современная профессиональная реклама. Приведите пример
9. Позиционирование как одна из ведущих стратегий продвижения товара на рынок и создания рекламного продукта. Приведите пример
10. Реклама и жизненный цикл товара. Приведите пример
11. Реклама в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций. Приведите пример

12. Современные методы тестирования рекламного продукта. Приведите пример
13. Проблемы правового и этического регулирования рекламной деятельности. Приведите пример.
14. Журналистика и реклама: основы взаимодействия. Приведите пример.
15. Закон о рекламе. Приведите пример.
16. Проблемы регулирования среды Интернет. Приведите пример.
17. Социально-этические проблемы рекламной деятельности. Приведите пример.
18. Кодексы и стандарты этических норм международного рекламного менеджмента. Приведите пример.
19. Средства выразительности интернет – рекламы. Приведите пример.
20. Интернет в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций. Приведите пример.
21. Современный рекламный рынок и Интернет. Приведите пример.
22. Специфика рекламы в Интернете. Приведите пример.
23. Рекламные технологии Интернета: баннер, списки рассылки. Приведите пример.
24. Видеореклама в Интернете. Приведите пример.
25. Контекстная реклама в Интернете. Приведите пример.

### ***Задания 3 типа***

1. Разработайте кейс спонсорство как комплексный вид размещения рекламы в сети. Интернет. Поясните, как он будет привлекать ЦА.
2. Разработайте кейс нестандартной рекламы. Поясните, для каких целей подходит данный вид рекламы?
3. Разработайте модель интерактивной коммуникации в сети. Поясните, для каких целей может подойти данная модель.
4. Разработайте продукт Интернет – рекламы. Поясните его структуру. Какие у него сильные стороны. Его Миссия, цель, задачи?
5. Разработайте рекламный баннер. Поясните его структуру. Его Миссия, цель, задачи?

## **Типовые задания для проведения промежуточной аттестации по МДК.06.02 Введение в систему СМИ и коммуникаций – экзамен**

### ***Задания 1 типа.***

1. Аудитория СМИ как субъект общественно-политической информации.
2. Повышение роли масс в политическом управлении общества.
3. Средства массовой коммуникации в информационном гражданском обществе.
4. Массы и государство в системе информационных процессов.
5. Политическая культура журналиста.
7. Профессионализация, поляризация и дифференциация субъектов СМИ.

8. Российские СМИ перед выбором собственного пути.
9. СМИ в информационных войнах.
10. Государственная идеология и информационная политика.
11. Иностраные СМИ на российском информационном рынке.
12. Взаимодействие СМИ.
13. Гражданская ответственность журналиста.
14. Профессиональные качества журналиста.
15. Достижение информационной безопасности.
16. СМИ как «четвертая власть».
17. Типологические изменения в современной печати.
18. Политические СМИ в России.
19. Региональные СМИ (на примере местных изданий).
20. Борьба прессы за аудиторию.
21. Блогосфера в системе массовой коммуникации.
22. Структура медиарынка в России.
23. Рынок периодических изданий в России: изменения и развитие.
24. Продвижение газеты на рынок периодических изданий: основные этапы, проблемы.
25. Конкуренция на информационном рынке.
26. Авторское право в журналистике.

### ***Задания 2 типа***

1. Инфраструктура средств массовой информации. Приведите примеры
2. Особенности печати как одного из видов СМИ. Приведите примеры
3. Особенности радиовещания как одного из видов СМИ. Приведите примеры
4. Особенности телевидения как одного из видов СМИ. Приведите примеры
5. Информационные агентства и службы. Приведите примеры
6. Пресс-центры и службы связи с общественностью.
7. Рекламные агентства. Приведите примеры
8. Техническая часть инфраструктуры журналистики. Приведите примеры
9. Определение типа издания. Приведите примеры
10. Исторические типы журналистики. Приведите примеры
11. Государственные СМИ. Приведите примеры
12. Государственно-общественные СМИ. Приведите примеры
13. СМИ гражданского общества. Приведите примеры
14. Факторы, определяющие социальный тип СМИ. Приведите примеры
15. Региональные СМИ. Приведите примеры
16. Информационная политика СМИ. Приведите примеры
17. Общенациональные издания. Приведите примеры
18. Универсальные издания. Приведите примеры
19. многопрофильные издания. Приведите примеры
20. Специализированные издания. Приведите примеры
21. Сотрудничество СМИ. Приведите примеры

22. «Враждебное» взаимодействие СМИ. Приведите примеры
23. Диалогическое взаимодействие СМИ. Приведите примеры
24. Формирование единого информационного пространства. Приведите примеры.
25. Непрофессионализм СМИ. Приведите примеры.

### ***Задания 3 типа***

**1. Система СМИ: характеристика и место в ряду других систем.**  
Необходимо раскрыть содержание следующих вопросов.

- Структурные элементы системы СМИ: пресса, радио, телевидение, интернет.
- Историческое развитие системы СМИ.
- Взаимодействие и взаимовлияние элементов системы СМИ.
- Структура медиасистемы: традиционные и новые медиа.
- Влияние технологического фактора на развитие системы СМИ.
- Место системы СМИ в ряду других систем: политической, экономической, социальной и др.
- Взаимовлияние системы СМИ с иными социальными системами и структурами.

**2. Пресса в системе СМИ: специфика, типология и функции.**

Необходимо раскрыть содержание следующих вопросов.

- Трудоемкость процесса производства газеты.
- Типология прессы современного периода.
- Функционально-типологический аспект (функции и дисфункции периодической печати).
- Социально-философский аспект (осмысление роли прессы в системе СМИ и общественной жизни теоретиками и практиками журналистики).
- Печатные медиа в эпоху цифровых технологий и трансформации медиасистемы.
- Основные проблемы мировой газетной отрасли. Падение тиражей. Отток молодого поколения читателей. Переход качественных газет на новые форматы.

**3. Радиовещание в системе СМИ: системные и функциональные характеристики.**

Необходимо раскрыть содержание следующих вопросов.

- Взаимодействие радио и прессы в первые годы существования радио.
- Роль радиовещания в становлении системы СМИ.
- Типология и функции радиовещания.
- Радиовещание и телевидение.
- Радиовещание и интернет.
- Социально-философский аспект (тенденции развития современного радиовещания, осмысление роли радиовещания в системе СМИ и общественной жизни теоретиками и практиками журналистики).

**4. Телевидение в системе СМИ. Типология телевидения и тенденции развития современного телевидения. Необходимо раскрыть содержание следующих вопросов.**

- Типология и функции современного телевидения.
- Типы телевизионных программ.
- Влияние телевидения на становление системы СМИ.
- Телевидение, пресса, радио: общее и особенное.
- Социально-философский аспект (тенденции развития современного телевидения, осмысление роли телевидения в системе СМИ и общественной жизни теоретиками и практиками журналистики).
- П. Бурдьё «О телевидении и журналистике».

**5. Интернет в системе СМИ. Новые медиа и их влияние на трансформацию традиционной системы СМИ. Необходимо раскрыть содержание следующих вопросов.**

- Исторический аспект (возникновение интернета и его становление как элемента системы СМИ).
- Функционально-типологический аспект: интернет-СМИ или СМИ в интернете?
- Взаимодействие новых и традиционных медиа.
- Влияние интернета на изменения в традиционной системе СМИ.
- Перспективы развития новых медиа.

### **Типовые задания для проведения промежуточной аттестации по МДК.06.03 Event-менеджмент – дифференцированный зачет**

#### ***Задания 1 типа.***

1. Основные этапы реализации event-проекта.
2. Программа продвижения мероприятия.
3. Бюджетирование мероприятия.
4. Экономические показатели деятельности event-агентства.
5. Этапы планирования мероприятия.
6. Ресурсы для реализации мероприятия.
7. Продвижение мероприятия.
8. Необходимые ресурсы и распределение работ в разработке и реализации event-проекта.
9. Повод для проведения мероприятия.
10. Мотивирование участников.
11. Измерение и оценка мероприятия.
12. Число участников: общее и по различным категориям.
13. Активность участников.
14. Эффективность рекламных каналов.
15. Удовлетворенность участников.
16. Финансовые показатели.

17. Идеи для размещения логотипа компании, слогана мероприятия и пр.
18. Сайт мероприятия.
19. Основные проблемы, которых следует избегать при разработке сайта мероприятия. Основные содержательные блоки сайта.
20. Инструменты продвижения мероприятия.
21. Спонсорство в рекламе event-мероприятия.
22. Оценка финансовой выгоды от привлечения спонсора.
23. Типы спонсоров: технический, информационный, финансовый. Спонсорские привилегии.
24. Статус и размер спонсорского вложения.

### ***Задания 2 типа***

1. Планирование ресурсов и распределение работ. Приведите пример
2. Основные элементы планирования event-проекта. Приведите пример
3. Документы при подготовке мероприятия, которые отражают состояние дел на каждом этапе. Приведите пример
4. Сюжетные event-мероприятия. Приведите пример.
5. Тематические event-мероприятия. Приведите пример.
6. Финансовый план мероприятия. Приведите пример.
7. План проведения мероприятия. Приведите пример.
8. Возможные риски, возникающие в процессе подготовки, организации и проведения мероприятия, и способы их преодоления. Приведите пример.
9. Особенности организации и проведения корпоративных мероприятий. Приведите пример.
10. Особенности организации и проведения частных мероприятий (свадьба, юбилей и т.д.). Приведите пример.
11. Особенности организации и проведения мероприятий бизнес-формата (презентация, деловая встреча и т.д). Приведите пример.
12. Особенности организации и проведения мероприятий PR-формата. Приведите пример.
13. Особенности организации и проведения мероприятий рекламного характера. Приведите пример.
14. Особенности организации и проведения детских мероприятий. Приведите пример.
15. Особенности организации и проведения выездных мероприятий. Приведите пример.
16. Особенности организации и проведения концертно-зрелищных мероприятий. Приведите пример.
17. Особенности организации и проведения благотворительных мероприятий. Приведите пример.
18. Особенности организации и проведения массовых мероприятий. Приведите пример.
19. Основные формы субъектов хозяйствования в рамках ивент-индустрии:

краткая характеристика. Приведите пример.

20. Субъекты ивент-индустрии: общая характеристика. Приведите пример.

21. Типовая структура и основные направления деятельности ивентагентства. Приведите пример.

22. Рекламная и PR-деятельность ивент-агентства по продвижению своих услуг. Приведите пример.

23. Общая характеристика партнёрской среды в рамках ивент-индустрии. Приведите пример.

24. Взаимодействие с партнёрами в рамках организации и проведения мероприятия. Приведите пример.

25. Профессиональные и индивидуальные компетенции ивент-менеджера. Приведите пример

### ***Задания 3 типа***

1. Разработайте кейс партнерской программы для ивент-организации. Составьте план действий для развития программы.

2. Придумайте спонсорский проект для ивент-мероприятия. Составьте план действий для развития программы.

3. Составьте план проведения мероприятия. Предоставьте расчеты в смете.

4. Разработайте идею для размещения логотипа компании. Разработайте слоган мероприятия.

5. Разработайте макет сайта мероприятия. Составьте план размещения контента.

## **Типовые задания для проведения промежуточной аттестации по МДК.06.04 Бренд-менеджмент – дифференцированный зачет**

### ***Задания 1 типа***

1. Современные концепции брендинга и бренд-менеджмента.

2. Типы брендов. Портфель брендов компании, архитектура и роли брендов.

3. Принципы разработки и составляющие эффективной платформы бренда. Идентичность бренда.

4. Разработка системы идентификаторов бренда.

5. Формирование капитала бренда и развитие бренда во времени: управленческие решения.

6. Основные принципы бренд-коммуникационного планирования.

7. Основные методы формирования лояльности бренду. Степень лояльности потребителей бренду и причины переключения потребителей на другие марки.

8. Стоимость инвестиций в брендинг.

9. Методы оценки стоимости бренда компании.

10. Классификация атрибутов бренда.

11. Формула бренда (Brand Essence)

12. Идентичность бренда (Brand Identity)

13. Бренд-имидж (Brand Image),

14. Позиционирование бренда (Brand Position)  
15. Релевантность бренда (Brand Relevance) Программа дисциплины "Бренд-менеджмент"; 38.04.02 Менеджмент; преподаватель высшей школы бизнеса Кульбарисова Е.А. Регистрационный номер 92927317 Страница 11 из 13.

16. Приверженность к бренду (Brand Loyalty)
17. Стоимость бренда (Brand Value)
18. Подъемная сила бренда (Brand Leverage)
19. Степень известности бренда (Brand Awareness)
20. Способность к доминированию бренда (Brand Power)
21. Базовые элементы бренд-стиля
22. Товарный бренд-нэйм
23. Товарные знаки и их классификация.
24. Рекламный бренд-слоган
25. Стратегии формирования бренд-стиля.

### ***Задания 2 типа***

1. Мифодизайн элементов бренд-стиля. Приведите примеры
2. Классификация основных констант бренд-стиля. Приведите примеры
3. Общая классификация брендинг-процессов и процедур брендинг-процессов. Приведите примеры
4. Стратегии и методы управления брендинг-процессами. Приведите примеры
5. Общая характеристика бренд-символов. Приведите примеры
6. Механизмы формирования коммуникативных каналов бренд – символов. Приведите примеры
7. Подготовка и организация бренд - символов. Приведите примеры
8. Составление портфеля брендов и аудит портфеля брендов. Приведите примеры
9. Сильные бренд и критерии мильных брендов. Приведите примеры
10. Разработка имени бренда. Идентичность бренда. Приведите примеры
11. Позиционирование бренда и разработка стратегических коммуникаций бренда. Приведите примеры
12. Оценка эффективности стратегических коммуникаций бренда и формирование приверженности к бренду. Приведите примеры
13. Методы усиления (поддержания) приверженности к бренду. Приведите примеры.
14. Методы управления брендом и развития бренда. Приведите примеры.
15. Жизненный цикл бренда и ребрендинг. Приведите примеры
16. Формирование капитала бренда и методы оценки капитала бренда. Приведите примеры
17. Сильные бренд и критерии мильных брендов. Приведите примеры
18. Составление портфеля брендов и аудит портфеля брендов. Приведите примеры.



19. Разработка имени бренда. Идентичность бренда. Приведите примеры.
20. Позиционирование бренда и разработка стратегических коммуникаций бренда. Приведите примеры.
21. Оценка эффективности стратегических коммуникаций бренда и формирование приверженности к бренду. Приведите примеры
22. Методы усиления (поддержания) приверженности к бренду. Приведите примеры
23. Методы управления брендом и развития бренда. Приведите примеры
24. Жизненный цикл бренда и ребрендинг. Приведите примеры
25. Формирование капитала бренда и методы оценки капитала бренда. Приведите примеры

### ***Задания 3 типа***

1. Разработайте модель миссии, имиджа корпорации и ее бренда. Поясните сущность каждой составляющей. Перечислите на что влияют миссия, имидж, и бренд.
2. Разработайте стратегию бренда для корпорации. Представьте его компоненты. Поясните как компоненты стратегии будут влиять на привлечение и коммуникацию с ЦА? Поясните, что будете использовать в качестве коммуникаций с ЦА?
3. Разработайте модель привлечения инвестиций в бренд. Какие способы применимы для привлечения инвестиций в бренд.? Представьте прогноз выручки. Представьте прогноз капитальных затрат.
4. Составьте оценку бренда компании. Поясните, какие методы применяли. Предоставьте финансовый отчет оценки.
5. Разработайте нэйминг. Поясните какие инструменты какие методы и инструменты использовали? Поясните, как нэйминг будет влиять на имидж проекта?

## **Типовые задания для проведения промежуточной аттестации по МДК.06.05 Организация рекламного бизнеса – дифференцированный зачет**

### ***Задания 1 типа***

1. Понятие рекламного менеджмента.
2. Менеджмент в рекламе как особый тип управления.
3. Менеджер по рекламе в рекламном бизнесе.
4. Исходные положения менеджмента. Принципы менеджмента.
5. Административно-организационные методы управления.
6. Экономические и социально – психологические методы управления.
7. Управленческие решения.
8. Условия эффективности управленческих решений.
9. Методы принятия решений. Типы решения при рациональном методе.
10. Рекламная организация как объект управления.

11. Рекламные службы в СМИ.
12. РА как объект управления.
13. Структура и организация РА.
14. Организация взаимодействия участников рекламного процесса.
15. Этика деловых отношений РА и рекламодателя.
16. Организация документооборота рекламной деятельности.
17. Управление персоналом коммерческого предприятия (РА).
18. Оценка работы персонала.
19. Контроль и поддержание трудовой дисциплины.
20. Креативный менеджмент.
21. Творческий процесс как объект рекламного менеджмента.
22. Вопросы финансовой деятельности предприятия.
23. Налогообложение предпринимательской деятельности.
24. Технология принятия решений в сфере рекламного менеджмента.
25. Особенности развития рекламной деятельности на Российском рынке.

### ***Задания 2 типа***

1. Правовое регулирование рекламной деятельности. Приведите примеры.
2. Классификация агентств по видам деятельности. Приведите примеры.
3. Особенности информационного обеспечения в сфере рекламного менеджмента. Приведите примеры.
4. Определение целей рекламной кампании. Приведите примеры.
5. Основные подходы в разработке концепции рекламной кампании. Приведите примеры.
6. Методы формирования рекламного бюджета. Приведите примеры.
7. Оптимизация бюджета рекламной кампании. Приведите примеры.
8. Формы оплаты услуг РА. Приведите примеры.
9. Рекламные отделы, их типы. Приведите примеры.
10. Субъекты рекламного рынка. Приведите примеры.
11. Рекламодатель и его функции. Приведите примеры.
12. Задачи и роли менеджера в рекламе. Приведите примеры.
13. Реклама, маркетинг, менеджмент: основные взаимосвязи. Приведите примеры.
14. Взаимодействие рекламного процесса и рекламной службы. Приведите примеры.
15. PR мероприятия в деятельности РА. Приведите примеры.
16. Оценка эффективности рекламы. Приведите примеры.
17. Реклама в современном бизнесе. Приведите примеры.
18. Реклама в современном бизнесе. Приведите примеры.
19. Классификация рекламы. Приведите примеры.
20. Реклама воздействия. Приведите примеры.
21. Средства рекламного воздействия. Приведите примеры.
22. Виды рекламы и маркетинговые цели сбыта товара. Приведите примеры.

23. Реклама в античном мире. Приведите примеры.
24. Реклама средневековья. Приведите примеры.
25. Реклама за рубежом в XIX - XX вв. Приведите примеры.

### ***Задания 3 типа***

1. Разработайте и представьте модель руководства текста для наружной рекламы.

Объясните особенности подготовки данной модели. Определите основные требования в структуре данной модели. Поясните ее преимущества.

2. Разработайте и представьте модель организационной структуры. Определите ее виды, технологии формирования. Определите виды, методы и понятия управленческих решений.

3. Представьте модель современного менеджмента. Перечислите ее сущности, содержание, основные принципы и функции. Какие процессы можно интегрировать в нее? Какие социо-факторы могут влиять на ее реализацию?

4. Представьте модель рекламной коммуникации. Определите ее: цели, целевую аудиторию, функционал. Поясните какие задачи она закрывает.

5. Приведите примеры моделей психологических механизмов воздействия рекламы. Определите их: цели, целевую аудиторию, функционал. Поясните какие задачи она закрывает.

## **Типовые задания для проведения промежуточной аттестации - экзамена квалификационного**

### ***Задания 1 типа***

1. Интернет-СМИ и реклама: основы взаимодействия.
2. Продукт Интернет – рекламы.
3. Интернет-реклама на рынке.
4. Вопросы регулирования на рынке рекламы в интернете.
5. Рекламные технологии Интернета.
6. Рекламный баннер.
7. Рекламный видеоролик.
8. Интернет-сайт как рекламный продукт
9. Гражданская ответственность журналиста.
10. Профессиональные качества журналиста.
11. Достижение информационной безопасности.
12. СМИ как «четвертая власть».
13. Типологические изменения в современной печати.
14. Политические СМИ в России.
15. Региональные СМИ (на примере местных изданий).
16. Борьба прессы за аудиторию.
17. Блогосфера в системе массовой коммуникации.
18. Структура медиарынка в России.

19. Рынок периодических изданий в России: изменения и развитие.
  20. Эффективность рекламных каналов.
  21. Удовлетворенность участников.
  22. Финансовые показатели.
  23. Идеи для размещения логотипа компании, слогана мероприятия и пр.
  24. Сайт мероприятия.
  25. Основные проблемы, которых следует избегать при разработке сайта мероприятия. Основные содержательные блоки сайта.
  26. Инструменты продвижения мероприятия.
  27. Спонсорство в рекламе евент-мероприятия.
  28. Оценка финансовой выгоды от привлечения спонсора.
  29. Типы спонсоров: технический, информационный, финансовый.
- Спонсорские привилегии.
30. Статус и размер спонсорского вложения.
  31. Основные методы формирования лояльности бренду. Степень лояльности потребителей бренду и причины переключения потребителей на другие марки.
  32. Стоимость инвестиций в брендинг.
  33. Методы оценки стоимости бренда компании.
  34. Классификация атрибутов бренда.
  35. Формула бренда (Brand Essence)
  36. Идентичность бренда (Brand Identity)
  37. Бренд-имидж (Brand Image),
  38. Позиционирование бренда (Brand Position)
  39. Релевантность бренда (Brand Relevance)
  40. Приверженность к бренду (Brand Loyalty)
  41. Стоимость бренда (Brand Value)
  42. Подъемная сила бренда (Brand Leverage)
  43. Степень известности бренда
  44. Управленческие решения.
  45. Условия эффективности управленческих решений.
  46. Методы принятия решений. Типы решения при рациональном методе.
  47. Рекламная организация как объект управления.
  48. Рекламные службы в СМИ.
  49. РА как объект управления.
  50. Структура и организация РА.
  51. Организация взаимодействия участников рекламного процесса.
  52. Этика деловых отношений РА и рекламодателя.
  53. Организация документооборота рекламной деятельности.
  54. Управления персоналом коммерческого предприятия (РА).
  55. Оценка работы персонала.
  56. Контроль и поддержание трудовой дисциплины.
  57. Креативный менеджмент.
  58. Творческий процесс как объект рекламного менеджмента.

## 59. Вопросы финансовой

### *Задания 2 типа*

1. Проблемы правового и этического регулирования рекламной деятельности. Приведите пример.
2. Журналистика и реклама: основы взаимодействия. Приведите пример.
3. Закон о рекламе. Приведите пример.
4. Проблемы регулирования среды Интернет. Приведите пример.
5. Социально-этические проблемы рекламной деятельности. Приведите пример.
6. Кодексы и стандарты этических норм международного рекламного менеджмента. Приведите пример.
7. Средства выразительности интернет – рекламы. Приведите пример.
8. Интернет в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций. Приведите пример.
9. Современный рекламный рынок и Интернет. Приведите пример.
10. Специфика рекламы в Интернете
11. Определение типа издания. Приведите примеры
12. Исторические типы журналистики. Приведите примеры
13. Государственные СМИ. Приведите примеры
14. Государственно-общественные СМИ. Приведите примеры
15. СМИ гражданского общества. Приведите примеры
16. Факторы, определяющие социальный тип СМИ. Приведите примеры
17. Региональные СМИ. Приведите примеры
18. Информационная политика СМИ. Приведите примеры
19. Общенациональные издания. Приведите примеры
20. Универсальные издания. Приведите примеры
21. многопрофильные издания. Приведите примеры
22. Специализированные издания. Приведите примеры
23. Сотрудничество СМИ. Приведите примеры
24. «Враждебное» взаимодействие СМИ.
25. Особенности организации и проведения благотворительных мероприятий. Приведите пример.
26. Особенности организации и проведения массовых мероприятий. Приведите пример.
27. Основные формы субъектов хозяйствования в рамках ивент-индустрии: краткая характеристика. Приведите пример.
28. Субъекты ивент-индустрии: общая характеристика. Приведите пример.
29. Типовая структура и основные направления деятельности ивентагентства. Приведите пример.
30. Рекламная и PR-деятельность ивент-агентства по продвижению своих услуг. Приведите пример.
31. Общая характеристика партнёрской среды в рамках ивент-индустрии.

Приведите пример.

32. Взаимодействие с партнёрами

33. Формирование капитала бренда и методы оценки капитала бренда.

Приведите примеры

34. Сильные бренд и критерии мильных брендов. Приведите примеры

35. Составление портфеля брендов и аудит портфеля брендов. Приведите примеры.

36. Разработка имени бренда. Идентичность бренда. Приведите примеры.

37. Позиционирование бренда и разработка стратегических коммуникаций бренда. Приведите примеры.

38. Оценка эффективности стратегических коммуникаций бренда и формирование приверженности к бренду. Приведите примеры

39. Методы усиления (поддержания) приверженности к бренду. Приведите примеры

40. Методы управления брендом и развития бренда. Приведите примеры

41. Жизненный цикл бренда и ребрендинг. Приведите примеры

42. Формирование капитала бренда и методы оценки капитала бренда.

Приведите примеры

43. Методы формирования рекламного бюджета. Приведите примеры.

44. Оптимизация бюджета рекламной кампании. Приведите примеры.

45. Формы оплаты услуг РА. Приведите примеры.

46. Рекламные отделы, их типы. Приведите примеры.

47. Субъекты рекламного рынка. Приведите примеры.

48. Рекламодатель и его функции. Приведите примеры.

49. Задачи и роли менеджера в рекламе. Приведите примеры.

50. Реклама, маркетинг, менеджмент: основные взаимосвязи. Приведите примеры.

### ***Задание 3 типа – защита отчета по производственной практике***

1. Проанализировать целевую аудиторию организации, ее фирменный стиль.

2. Описать рекламную службу организации: структура, функции и (или) рекламные службы, с которыми сотрудничает организация.

3. Проанализировать рекламную стратегию организации, описать виды рекламы, применяемой в организации; приемы и методы рекламной кампании организации.

4. Проанализировать бюджет рекламы организации, эффективности рекламы организации.

5. Сформулировать предложения по усовершенствованию рекламной стратегии организации с целью повышению ее конкурентоспособности

### ***Типовые задания для проведения промежуточной аттестации – дифференцированный зачет по производственной практике***

1. Методы сбора, обработки и систематизации информации.

2. Методы работы с нормативной документацией, регулирующей деятельность организации в целом и локальными нормативными актами организации, регламентирующих маркетинговую и рекламную деятельность.

3. Сущность, назначение и метод проведения SWOT-анализа организации.

4. Методы анализа продукта и выявления его конкурентного преимущества на рынке.

5. Способы изучения спроса и предложения, конкурентов, исследования каналов коммуникаций и рекламных материалов.

6. Способы получения обратной связи от целевой аудитории рекламных и пиар- кампаний.

7. Методы продвижения продукта компании

8. Факторы, определяющие эффективность рекламной деятельности.

9. Система проектирования организационной структуры

10. Понятие и значение стратегий управления человеческими ресурсами для деятельности организации

### Тестовые задания

1. Рекламная кампания – это:

а) Фирма, профессионально занимающаяся рекламной деятельностью

б) Процесс продвижения рекламной информации от рекламодателя к рекламополучателю, опосредованный участием рекламного агентства и средств распространения рекламы

в) Планомерный процесс изготовления рекламных материалов и проведения рекламных мероприятий

**г) Комплекс рекламных мероприятий, разработанных в соответствии с программой маркетинга, объединенных одной целью и направленных на какой-либо сегмент рынка**

2. Комплексный анализ выполнения поставленных задач осуществляется на этапе (этапах):

а) Предварительного контроля

**б) Промежуточного контроля**

в) Итогового контроля

3. Критерий при выборе каналов распространения рекламы:

**а) Минимум затрат на один рекламный контакт с потенциальным покупателем**

б) Встречи с техническими руководителями и специалистами фирм

в) Единичные контакты с потенциальными покупателями

г) Контакты с потенциальными покупателями с интервалом более трех месяцев

4. Экономическая эффективность рекламы - это категория, отображающая:

**а) Изменение покупательского поведения потребителей**

б) Результат сопоставления расходов на рекламу с объемом полученной прибыли

в) Сравнение «мощности рекламной атаки» с затратами на рекламную кампанию

г) Результат сопоставления расходов на рекламу с изменением объема продаж

5. Установите очередность этапов контроля рекламной деятельности:

а) Анализ сложившейся ситуации 3.

**б) Измерение фактически достигнутых результатов и описание сложившейся ситуации.**

в) Установление контрольных показателей 1.

г) Разработка мероприятий, направленных на повышение эффективности рекламной деятельности.



## **ПРИЛОЖЕНИЯ**

# **ФОРМЫ ОТЧЕТНОСТИ И ШАБЛОНЫ ДОКУМЕНТОВ ПО УЧЕБНОЙ И ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКАМ**



## ПРИЛОЖЕНИЕ 1

(обучающийся проходит практику  
на базе Университета «Синергия»)

### УТВЕРЖДАЮ

Директор по УМР Омского  
филиала Университета «Синергия»  
\_\_\_\_\_ **Т.А. Скобелина**  
Ф.И.О.  
МП

### Шаблон индивидуального задания

### Индивидуальное задание

по практике

по профессиональному модулю \_\_\_\_\_

обучающегося группы \_\_\_\_\_

шифр и номер группы

\_\_\_\_\_  
(Ф.И.О.)

№ п/п	Виды работ	Период выполнения работ
	<p><b>Ознакомительная лекция, включая инструктаж по соблюдению правил противопожарной безопасности, правил охраны труда, техники безопасности, санитарно-эпидемиологических правил и гигиенических нормативов.</b></p> <p>Ознакомиться с кругом обязанностей по определенным видам работ, связанным с будущей профессиональной деятельностью, а также уточнить правила в отношении субординации, внешнего вида, внутреннего трудового распорядка и режима конфиденциальности.</p> <p>Пройти инструктаж по соблюдению правил противопожарной безопасности, правил охраны труда, техники безопасности, санитарно-эпидемиологических правил и гигиенических нормативов (в случае медицинских противопоказаний к выполнению определенных видов деятельности – принести подтверждающую справку из медицинского учреждения).</p>	
	<p><b>Изучение организационной структуры подразделения прохождения практики.</b></p> <p>Знакомство с профилем деятельности организации в целом и со структурой подразделения прохождения практики.</p> <p>Изучение нормативных документов, регламентирующих деятельность организации.</p> <p>....</p>	

№ п/п	Виды работ	Период выполнения работ
.... ....		
.... .... ....	<b>Сбор информации об объекте практики и анализ источников.</b>	
.... .... ....	<b>Экспериментально-практическая работа. Приобретение необходимых умений и первоначального опыта практической работы по специальности в рамках освоения вида деятельности _____.</b>	
	<b>Обработка и систематизация полученного фактического материала.</b> С целью подготовки к сдаче экзамена (квалификационного) по профессиональному модулю _____ осуществить комплексный анализ результатов выполненных видов работ, оформить презентационные материалы.	
	<b>Оформление отчетных документов о прохождении практики и экспертная оценка результатов ее прохождения.</b> <i>Оформить отчет о прохождении практики в формате презентации PowerPoint, содержащий базовую и информационно-вспомогательную информацию, согласно структуре, указанной в Приложении 1 к настоящему индивидуальному заданию.</i> Разместить полностью оформленный комплект отчетной документации по практике в электронной информационно-образовательной среде Университета «Синергия» на платформе lms.synergy.ru руководителю практики от Образовательной организации для экспертной оценки результатов ее прохождения.	

Обучающийся индивидуальное задание получил(а): \_\_\_\_\_  
подпись
расшифровка

## Шаблон приложения к индивидуальному заданию

### Приложение 1 к индивидуальному заданию

#### Шаблон оформления титульного листа отчета



**СИНЕРГИЯ**

НЕГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«МОСКОВСКИЙ ФИНАНСОВО-ПРОМЫШЛЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ «СИНЕРГИЯ»  
Колледж «Синергия»  
Кафедра/ Департамент \_\_\_\_\_

**Отчет**  
**о прохождении \_\_\_\_\_ практики**  
**по профессиональному модулю**

\_\_\_\_\_

**в период с «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. по «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.**

Специальность \_\_\_\_\_

ФИО обучающегося: \_\_\_\_\_  
Группа: \_\_\_\_\_  
ФИО руководителя: \_\_\_\_\_

#### Шаблон оформления структуры отчета

Содержание

---



## Шаблон аттестационного листа



### Аттестационный лист

\_\_\_\_\_  
(Ф.И.О. обучающегося)  
обучающий(ая)ся \_\_\_\_\_ курса группы \_\_\_\_\_ по специальности \_\_\_\_\_, успешно прошел(ла)

\_\_\_\_\_  
(наименование вида практики)  
по профессиональному модулю \_\_\_\_\_ в  
объеме \_\_\_\_\_ часов с «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ года по «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ года:

#### **Заключение-анализ результатов освоения программы практики:**

Индивидуальное задание по \_\_\_\_\_ практике по профессиональному модулю \_\_\_\_\_ обучающимся (нужное отметить ✓):

- выполнено;
- выполнено не в полном объеме;
- не выполнено;

#### **Работа с источниками информации (нужное отметить ✓):**

##### **Обучающийся:**

- осуществил подборку необходимых документов и статистических данных, которые могут быть использованы при подготовке к сдаче экзамена (квалификационного);
- осуществил подборку необходимых документов и статистических данных, которые частично могут быть использованы при подготовке к сдаче экзамена (квалификационного);
- не осуществил подборку необходимых документов и статистических данных, или данные материалы не могут быть использованы при подготовке к сдаче экзамена (квалификационного);

Владение материалом по \_\_\_\_\_ практике (нужное отметить ✓):

##### **Обучающийся:**

- умело анализирует полученный во время практики материал;
- анализирует полученный во время практики материал;
- недостаточно четко и правильно анализирует полученный во время практики материал;
- неправильно анализирует полученный во время практики материал;

Задачи, поставленные на период \_\_\_\_\_ практики, обучающимся (нужное отметить ✓):

- решены в полном объеме;

решены в полном объеме, но не полностью раскрыты;  
 решены частично, нет четкого обоснования и детализации;  
 не решены;

**Спектр выполняемых обучающимся функций в период прохождения**  
 \_\_\_\_\_ **практики области профессиональной деятельности по**  
**профессиональному модулю \_\_\_\_\_ (нужное отметить ✓):**

соответствует;  
 в основном соответствует;  
 частично соответствует;  
 не соответствует;

**Оформление обучающимся отчета по \_\_\_\_\_ практике (нужное**  
**отметить ✓):**

отчет о прохождении практики оформлен правильно;  
 отчет о прохождении практики оформлен с незначительными недостатками;  
 отчет о прохождении практики оформлен с недостатками;  
 отчет о прохождении практики оформлен неверно.

**Аттестуемый продемонстрировал владение следующими общими и профессиональными**  
**компетенциями:**

Код	Содержание компетенции	Уровень освоения обучающимся (нужное отметить ✓)*
<b>Общие компетенции</b>		
ОК ...	...	высокий средний низкий
ОК ...	...	высокий средний низкий
ОК ...	...	высокий средний низкий
ОК ...	...	высокий средний низкий
<b>Профессиональные компетенции</b>		
ПК ...	...	высокий средний низкий
ПК ...	...	высокий средний низкий
ПК ...	...	высокий средний низкий

ПК ...	...	высокий средний низкий
--------	-----	------------------------------

Примечание:

Высокий уровень – обучающийся уверенно демонстрирует готовность и способность к самостоятельной профессиональной деятельности не только в стандартных, но и во внештатных ситуациях.

Средний уровень – обучающийся выполняет все виды профессиональной деятельности в стандартных ситуациях уверенно, добросовестно, эффективно.

Низкий уровень – при выполнении профессиональной деятельности обучающийся нуждается во внешнем сопровождении и контроле.

**Показатели и критерии оценивания результатов прохождения практики:**

№ п/п	Наименование показателя	Максимальное количество баллов	Оценка качества выполнения каждого вида работ (в баллах)
<b>Качество подобранного материала для проведения анализа</b>			
1.1.	Наличие источников информации в соответствии с индивидуальным заданием	5	
1.2.	Наличие актуальных первичных данных, материалов	5	
<b>Качественная оценка проведенного анализа источников и собранных материалов</b>			
2.1.	Выполнение требований к содержательной части отчета, соответствие видов работы индивидуальному заданию	20	
2.2.	Оценка степени самостоятельности проведенного анализа	20	
2.3.	Оценка качества проведенного анализа собранных материалов, данных	20	
<b>Выполнение общих требований к проведению практики</b>			
3.1.	Выполнение требований к экспериментально-практической работе в рамках освоения вида деятельности ВД _____	20	
3.2.	Выполнение требований к оформлению отчета по практике в формате презентации PowerPoint, содержащего базовую и информационно-вспомогательную информацию по итогам ее прохождения	10	
	<b>Итого:</b>	100	

Замечания руководителя практики от Образовательной организации:

Руководитель практики  
от Образовательной организации

\_\_\_\_\_  
(Ф.И.О.)

\_\_\_\_\_  
(подпись)

**Омский филиал  
негосударственного образовательного частного учреждения  
высшего образования  
«Московский финансово-промышленный университет  
«Синергия»**

---

**УТВЕРЖДЕНО**  
на заседании Ученого совета Университета  
«Синергия»  
протокол № 5 от 25.05.2023 г.

**УТВЕРЖДАЮ**  
Ректор Университета «Синергия»  
  
А.И. Васильев  
26.05.2023 г.

**ПРОГРАММА  
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ  
(ПРЕДДИПЛОМНАЯ)**

**Специальность: 42.02.01 Реклама**

**Квалификация выпускника: *Специалист по рекламе***

**Форма обучения: *очная***

**Омск 2023**



## СОДЕРЖАНИЕ

1. Общие положения.....	3
2. Преддипломная практика .....	7
3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов на практике .....	8
4. Учебно-методическое, информационное и материально-техническое обеспечение практики .....	9
5. Основные требования по оформлению отчета по практике .....	11
6. Фонд оценочных средств .....	12

## 1. Общие положения

Настоящая Программа основывается на Положении о практической подготовке НОЧУ ВО МФПУ «Синергия», федеральном государственном образовательном стандарте среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама (утв. приказом Министерства образования и науки РФ от 12.05.2014 № 510).

На основании Положения о практике студентов по специальности 42.02.01 Реклама сформулированы цели и задачи практик, которые определяются общими требованиями, сформулированными образовательной программой подготовки специалиста, объектами и видами его профессиональной деятельности, и возможностями его профессиональной адаптации.

**Цели преддипломной практики:** закрепление теоретических знаний, полученных во время аудиторных и самостоятельных занятий, учебных практик, приобретение опыта деятельности в предпринимательской и рекламной сфере; сбор материала для написания выпускной квалификационной работы

**Задачи преддипломной практики:**

- углубление первоначального практического опыта обучающегося;
- развитие общих и профессиональных компетенций;
- проверка его готовности к самостоятельной трудовой деятельности;
- подготовка к прохождению государственной итоговой аттестации, в том числе к выполнению выпускной квалификационной работы (дипломной работы).

В результате прохождения практики обучающийся должен:

**Иметь практический опыт:**

- обработки статического информационного контента;
- обработки динамического информационного контента;
- монтажа динамического информационного контента;
- работы с отраслевым оборудованием обработки информационного контента;
- осуществления контроля работы компьютерных, периферийных устройств и телекоммуникационных систем, обеспечение их правильной эксплуатации;
- подготовки оборудования к работе;

**Уметь:**

- осуществлять процесс допечатной подготовки информационного контента;
- устанавливать и работать со специализированным прикладным программным обеспечением;
- работать в графическом редакторе;
- обрабатывать растровые и векторные изображения;
- работать с пакетами прикладных программ верстки текстов;
- осуществлять подготовку оригинал-макетов;
- работать с пакетами прикладных программ обработки отраслевой информации;
- работать с программами подготовки презентаций;
- устанавливать и работать с прикладным программным обеспечением обработки динамического информационного контента;
- работать с прикладным программным обеспечением обработки экономической информации;
- конвертировать аналоговые форматы динамического информационного содержания в цифровые;
- записывать динамическое информационное содержание в заданном формате;
- устанавливать и работать со специализированным прикладным программным обеспечением монтажа динамического информационного контента;
- осуществлять выбор средств монтажа динамического контента;
- осуществлять событийно-ориентированный монтаж динамического контента;

- работать со специализированным оборудованием обработки статического и динамического информационного контента;
- выбирать оборудования для решения поставленной задачи;
- устанавливать и конфигурировать прикладное программное обеспечение;
- диагностировать неисправности оборудования с помощью технических и программных средств;
- осуществлять мониторинг рабочих параметров оборудования;
- устранять мелкие неисправности в работе оборудования;
- осуществлять техническое обслуживание оборудования на уровне пользователя;
- осуществлять подготовку отчета об ошибках;
- коммутировать аппаратные комплексы отраслевой направленности;
- осуществлять пусконаладочные работы отраслевого оборудования;
- осуществлять испытание отраслевого оборудования;
- устанавливать и конфигурировать системное программное обеспечение

**Знать:**

- основы информационных технологий;
- технологии работы со статическим информационным контентом;
- стандарты форматов представления статического информационного контента;
- стандарты форматов представления графических данных;
- компьютерную терминологию;
- стандарты для оформления технической документации;
- последовательность и правила допечатной подготовки;
- правила подготовки и оформления презентаций;
- программное обеспечение обработки информационного контента;
- основы эргономики;
- математические методы обработки информации;
- информационные технологии работы с динамическим контентом;
- стандарты форматов представления динамических данных;
- терминологию в области динамического информационного контента;
- программное обеспечение обработки информационного контента;
- принципы линейного и нелинейного монтажа динамического контента;
- правила построения динамического информационного контента;
- программное обеспечение обработки информационного контента;
- правила подготовки динамического информационного контента к монтажу;
- технические средства сбора, обработки, хранения и демонстрации статического и динамического контента;
- принципы работы специализированного оборудования;
- режимы работы компьютерных и периферийных устройств;
- принципы построения компьютерного и периферийного оборудования;
- правила технического обслуживания оборудования;
- регламент технического обслуживания оборудования;
- виды и типы тестовых проверок;
- диапазоны допустимых эксплуатационных характеристик оборудования;
- принципы коммутации аппаратных комплексов отраслевой направленности;
- эксплуатационные характеристики оборудования отраслевой направленности;
- принципы работы системного программного обеспечения.

Производственная практика (преддипломная) по специальности 42.02.01 Актерское искусство, является составной частью образовательной программы.

Требования к организации, объемы практик по специальности определены Федеральным

государственном образовательном стандарте среднего профессионального образования, и направлены на обеспечение последовательности овладения студентами профессиональной деятельности в соответствии с требованиями, предъявляемыми к уровню подготовки специалиста.

***Результатом освоения преддипломной практики является овладение обучающимися общими (ОК) компетенций:***

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

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

ОК 3. Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях.

ОК 4. Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности.

ОК 6. Работать в коллективе, обеспечивать его сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством.

ОК 7. Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за 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. Использовать умения и знания учебных дисциплин федерального государственного образовательного стандарта среднего общего образования в профессиональной деятельности.

ОК 11. Использовать умения и знания профильных учебных дисциплин федерального государственного образовательного стандарта среднего общего образования в профессиональной деятельности.

***Профессиональных (ПК) компетенций по виду деятельности Разработка и создание дизайна рекламной продукции:***

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

***Профессиональных (ПК) компетенций по виду деятельности Производство рекламной продукции.***

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.

***Профессиональных (ПК) компетенций по виду деятельности Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта.***

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

ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта

***Профессиональных (ПК) компетенций по виду деятельности Организация и управление процессом изготовления 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  
***Профессиональных (ПК) компетенций по виду деятельности Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих.***

ПК 5.1. Осуществлять работу с клиентами: по поиску, привлечению и ведению переговоров, а также владеть технологиями продаж.

ПК 5.2. Принимать участие в рекламных акциях в качестве исполнителя или посредника по предоставлению рекламных услуг.

ПК 5.3. Обеспечивать контакты с производителями рекламы, средствами массовой информации по вопросам производства, размещения и продвижения рекламного продукта, используя современные информационные и коммуникационные средства.

ПК 5.4. Использовать офисную оргтехнику, информационные и коммуникационные технологии при оформлении договорной и финансовой документации с заказчиком, применяя в работе правовые нормы рекламного законодательства, регулирующие взаимоотношения по оказанию услуг.

ПК 5.5. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений с использованием компьютерных технологий для обработки текстовой информации. Владеть начальными приемами создания и обработки

***Профессиональных (ПК) компетенций по виду деятельности Менеджмент в рекламе.***

ПК 6.1. Координировать и контролировать информационное обеспечение рекламной деятельности в Интернете, системе СМИ и массовых коммуникаций.

ПК 6.2. Владеть современными технологиями продвижения бренда.

ПК 6.3. Осуществлять планирование и организацию рекламных мероприятий.

ПК 6.4. Использовать современные управленческие технологии для повышения эффективности деятельности рекламного предприятия

## 1.1. Виды практики

ФГОС СПО для специальности **42.02.01 Реклама** предусматриваются следующие виды и объемы практик:

преддипломная практика - 4 недели.

Индекс	Наименование циклов, дисциплин, профессиональных модулей, МДК, практик	Количество часов:
<b>ПДП Производственная (преддипломная) практика</b>		
ПДП	Производственная (преддипломная) практика	144

## 1.2. Общие требования к организации практики

Требования к организации практики определены ФГОС СПО. Студенты проходят практику в соответствии с приказом директора колледжа, в котором указывается база практики, сроки ее прохождения и руководители практики от учебного заведения.

Практика студентов проводится в организациях, деятельность которых отражает специфику подготовки специалиста в сфере рекламы.

Места и базы практики определяются договорами, заключаемыми образовательной организацией и предприятиями или собственным выбором места практики студентами.

До начала практики студенту необходимо:

- ознакомиться с приказом директора колледжа о соответствующей практике;
- получить у руководителя практики от колледжа образец заполнения индивидуального задания на практику.

## 1.3 Общие обязанности студента:

Студент при прохождении практики обязан:

- выполнять работы, предусмотренные индивидуальным заданием, соблюдая при этом правила внутреннего распорядка на предприятии, правила охраны труда, техники

безопасности, пожарной безопасности и производственной санитарии;

- подготовить отчет о практике;
- получить аттестационный лист и характеристику с места прохождения практики о проделанной работе у руководителя практики от организации;
- в установленные сроки сдать отчетные документы по практике руководителю практики от Университета (Отчет).

#### **1.4. Общие обязанности руководителя практики от Университета**

Руководитель практики от учебного заведения:

- совместно со студентом разрабатывает и выдает ему индивидуальное задание и методические материалы по практике и проводит групповой (индивидуальный) инструктаж по вопросам организационно-методического ее обеспечения. Содержание задания на практику определяется ее видом и профилем предприятия;
- в ходе практики дает индивидуальные консультации студентам-практикантам, а также проводит плановые групповые занятия для проработки выполнения отдельных разделов индивидуальных заданий по практике и их контролю;
- по завершении практики осуществляет проверку собранных материалов и консультирует по вопросам подготовки отчета по практике и готовит отзыв о работе студента;
- принимает участие в работе комиссии по защите практики.

#### **1.5. Общие обязанности руководителя практики от организации**

Руководитель практики от организации, на базе которой проводится практика:

- обеспечивает планирование и организацию проведения практики студентов колледжа в соответствии с договором и индивидуальными заданиями практикантов;
- проводит обязательный вводный инструктаж по технике безопасности студентов-практикантов;
- прикрепляет к студентам-практикантам квалифицированных наставников для контроля их работы в соответствующих структурных подразделениях организации, предусмотренных индивидуальным заданием;
- создает необходимые предпосылки и условия для сбора материала студентами и практикантами и выполнения ими заданий, требующими отработки соответствующих навыков и практических умений;
- контролирует соблюдение согласованных сроков проведения практики, а также повседневный ход практики;
- контролирует соблюдение студентами-практикантами правил внутреннего трудового распорядка принимающей организации;
- решает все спорные вопросы, связанные с выполнением студентами - практикантами индивидуальных заданий;
- подготавливает характеристику на студента-практиканта по итогам практики;
- может принимать участие в работе комиссии по оценке итогов практики.

## **2. Преддипломная практика**

Преддипломная практика как часть основной образовательной программы является завершающим этапом обучения и проводится после освоения студентом программы теоретического и практического обучения.

В соответствии с учебным планом по специальности 42.02.01 Реклама преддипломная практика осуществляется на 3 курсе в количестве 4 недели.

Форма контроля по промежуточной аттестации – дифференцированный зачет.

Направление на практику и задание с указанием места ее прохождения и примерного плана работы выдается студенту руководителем практики от Университета.

Производственная практика (преддипломная) проходит под руководством

преподавателей в учебных спектаклях на сцене учебного театра или сценах профессиональных театров (при заключении договора о практической подготовке).

Отчет о преддипломной практике составляется по основным разделам программы с учетом индивидуального задания в объеме не менее 10 листов машинописного текста (без приложений). Студент, не выполнивший программу преддипломной практики или получивший неудовлетворительную оценку при защите отчета, направляется на практику повторно.

В период прохождения преддипломной практики студенты обязаны посещать консультации руководителя преддипломной практики в соответствии с установленным графиком их проведения.

После окончания практики студент должен сдать в установленные сроки отчет о производственной практике (преддипломной).

Подготовка отчета по преддипломной практике начинается с выбора темы выпускной квалификационной работы, которая кроме научных и практических интересов студента должна отражать интересы и нужды предприятия или организации, являющихся базами практики.

Отчет по преддипломной практике выполняется в печатном виде в соответствии с требованиями написания ВКР.

Отчет о прохождении практики включает:

- отчет студента о прохождении практики с предоставлением собранных практических материалов в соответствии с индивидуальным планом по практике или темой ВКР.

- аттестационный лист.

Отчет студента о прохождении практики должен содержать:

1. Индивидуальное задание на практику

2. Развернутый отчет по программе практики, содержащий сведения о конкретной работе студента, сделанной за период практики, собственные выводы и предложения, с объемом текста - не менее 10 страниц, оформленный в соответствии с установленными требованиями, приведенными ниже.

3. Отчет студента должен включать:

- Титульный лист.
- Содержание.
- Введение.
- Основную часть, в которой раскрываются следующие вопросы:

Характеристика базового предприятия, тип организационной структуры у управления персоналом предприятия.

Характеристика видов выполняемых работ, приобретенные во время практики (стажировки) полезные знания и навыки.

- Заключение (замечания и предложения по улучшению работы).

### **3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов на практике**

Во время прохождения практики обучающийся обязан выполнить:

- совместно с руководителем практики от Университета определить индивидуальное задание для прохождения практики;

- своевременно явиться в организацию по месту прохождения практики, пройти все необходимые инструктажи по охране труда, по промышленной и пожарной безопасности и приступить к выполнению программы практики,

- подчиняться правилам внутреннего распорядка организации, где проходит практика,

- выполнить в полном объеме индивидуальное задание по практике, данное руководителем от Университета и руководителем по месту прохождения практики,

- подготовить и своевременно защитить отчет о результатах прохождения практики.

#### 4. Учебно-методическое, информационное и материально-техническое обеспечение практики

##### *Основная литература:*

1. Годин, А. М. Брендинг : учебное пособие / А. М. Годин. – 4-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2016. – 184 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453899>

2. Москалев, С. М. Интернет-технологии и реклама в бизнесе : учебное пособие / С. М. Москалев ; Министерство сельского хозяйства Российской Федерации, Санкт-Петербургский государственный аграрный университет. – Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный аграрный университет (СПбГАУ), 2018. – 101 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=491717>

3. Евстафьев, В. А. Организация и практика работы рекламного агентства : учебник / В. А. Евстафьев, А. В. Молин. – 2-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2019. – 508 с. : ил., табл., схем. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=621637>

4. Ананьева, Н. В. Рекламная деятельность : учебное пособие / Н. В. Ананьева, Ю. Ю. Сулова ; Сибирский федеральный университет. – Красноярск : Сибирский федеральный университет (СФУ), 2017. – 198 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496962>

5. Цветкова, Г. С. Рекламный менеджмент : учебное пособие : [16+] / Г. С. Цветкова ; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Поволжский государственный технологический университет. – Йошкар-Ола : Поволжский государственный технологический университет, 2018. – 108 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=494305>

6. МакДональд, М. Брендинг. Как создать мощный бренд : учебник / М. МакДональд, Л. Чернатони. – Москва : Юнити, 2015. – 559 с. – (Зарубежный учебник). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436697>

7. Мелькин, Н. В. Искусство продвижения сайта. Полный курс SEO: от идеи до первых клиентов : [16+] / Н. В. Мелькин, К. С. Горяев. – Москва ; Вологда : Инфра-Инженерия, 2017. – 269 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=464474>

8. Годин, А. М. Брендинг : учебное пособие / А. М. Годин. – 4-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2016. – 184 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453899>

9. Шпаковский, В. О. Интернет-журналистика и Интернет-реклама : учебное пособие / В. О. Шпаковский, Н. В. Розенберг, Е. С. Егорова. – Москва ; Вологда : Инфра-Инженерия, 2018. – 248 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493883>

##### *Дополнительная литература:*

1. Сердобинцева, Е. Н. Структура и язык рекламных текстов : учебное пособие : [16+] / Е. Н. Сердобинцева. – 5-е изд., стер. – Москва : ФЛИНТА, 2021. – 161 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=57575>

2. Исаенко, Е. В. Экономические и организационные основы рекламной деятельности : учебное пособие / Е. В. Исаенко, А. Г. Васильев. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Юнити, 2017. – 351 с. : ил., табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=615855>

3. Groшев, И. В. Системный бренд-менеджмент : учебник / И. В. Groшев, А. А. Краснослободцев. – Москва : Юнити, 2015. – 655 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=117920>

4. Васильев, Г. А. Основы рекламы : учебное пособие / Г. А. Васильев, В. А. Поляков. – Москва : Юнити, 2015. – 718 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114432>



5. Учёнова, В. В. История рекламы : учебник / В. В. Учёнова, Н. В. Старых. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва : Юнити, 2015. – 495 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115298>

6. Цвик, В. Л. Телевизионная журналистика : учебное пособие / В. Л. Цвик. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Юнити-Дана, 2017. – 496 с. : табл. – (Медиаобразование). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=682994>

### **Интернет-ресурсы**

№ п/п	Полное название ресурса	Адрес ресурса
1.	Справочная правовая система «Консультант плюс»	<a href="http://www.consultant.ru/">http://www.consultant.ru/</a>
2.	Школа рекламиста	<a href="http://www.advertiser-school.ru/pr-theory/press-conference.html">http://www.advertiser-school.ru/pr-theory/press-conference.html</a>
3.	Ассоциация коммуникативных агентств России (АКАР)	<a href="https://www.akarussia.ru">https://www.akarussia.ru</a>
4.	Книги о рекламе и ПР	<a href="http://www.a124.ru/category/biznes-ekonomika-finansy/reklama-i-pr/page/3">http://www.a124.ru/category/biznes-ekonomika-finansy/reklama-i-pr/page/3</a>
5.	Деловой портал для профессионалов event-менеджеров	<a href="https://event-live.ru">https://event-live.ru</a>
6.	Справочная правовая система «Консультант плюс»	<a href="http://www.consultant.ru/">http://www.consultant.ru/</a>

### **Официальные издания**

- Российская газета
- Собрание законодательства Российской Федерации

### **Периодические издания**

1. Реклама. Теория и практика: журнал/гл. ред. Пирогова Ю.К.; учред. ООО "Издательский дом "Гребенников" Член Российской ассоциации маркетинга.-М: ООО "Издательский дом "Гребенников" Член Российской ассоциации маркетинга, 2020.-№ 1-4, 2021. - № 1-2.

2. Среднее профессиональное образование: ежемесячный теоретический и научно-методический журнал/гл. ред. А.А. Скамницкий/ООО "АЛМАКС", Москва/2020. - № 1-12, 2021. - № 1-8

• Вузовский Вестник: российская информационно-аналитическая газета ректоров, проректоров, преподавателей, аспирантов, студентов, абитуриентов / гл.ред. Андрей Шолохов; учред..ООО "ЮниВестМедиа".- М.:ООО "ЮниВестМедиа", 2020, 2021

### **Лицензионное программное обеспечение:**

- Microsoft Windows 7 pro;
- Операционная система Microsoft Windows 10 pro;
- Операционная система Microsoft Windows Server 2012 R2;
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional 13;
- Программное обеспечение Microsoft Office Professional 16;
- Комплексная Система Антивирусной Защиты Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition

### **электронно-библиотечная система:**

• Электронная библиотечная система (ЭБС) «Университетская библиотека ONLINE» <http://biblioclub.ru/>

• Электронно-образовательная система ЮРАЙТ <https://urait.ru/>

### **современные профессиональные базы данных:**

• Официальный интернет-портал базы данных правовой информации <http://pravo.gov.ru>.

• Портал Единое окно доступа к образовательным ресурсам <http://window.edu.ru/>

### **информационные справочные системы:**

- Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования <http://fgosvo.ru>.
- Компьютерная справочная правовая система «Консультант Плюс» (<http://www.consultant.ru/>)

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

#### **Учебный кабинет**

*Учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации*

##### Основное оборудование:

мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя; учебно-наглядные пособия (комплекты плакатов по дисциплине, набор раздаточных дидактических материалов);

##### Технические средства обучения:

персональный компьютер; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран);

#### **Помещения для самостоятельной работы обучающихся**

Специализированная мебель (столы, стулья), стол преподавателя, стул преподавателя, персональные компьютеры с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета.

### **5. Основные требования по оформлению отчета по практике**

Отчет печатается на компьютере на одной стороне белой бумаги формата А4 (210x297мм). Шрифт печати 14. Гарнитура - «Times New Roman». Отступы слева и справа —

Отступ первой строки (красная строка) - 1,25 см (кроме текста, выровненного по центру). Интервалы перед и после абзаца — 0. Междустрочный интервал полуторный. Текст следует печатать, соблюдая размеры полей не менее: левое -

30 мм, правое - 10 мм, верхнее - 20 мм, нижнее – 20 мм. Объем отчета не менее 10 страниц.

Отчет должен иметь:

0. Титульный лист.

1. Содержание.

2. Введение.

3. Основную часть, в которой раскрываются следующие вопросы:

- Характеристика базового предприятия, тип организационной структуры управления персоналом предприятия.

- Характеристика видов выполняемых работ, приобретенные во время практики (стажировки) полезные знания и навыки.

- Заключение (замечания и предложения по улучшению работы).

4. Характеристику с места прохождения практики (при наличии).

Отчет студента о практике должен быть подписан преподавателем- руководителем практики.

Во введении указывается цель и вид практики, продолжительность, сроки проведения, база практики и рабочее место практиканта.

Основная часть содержит подробные ответы на вопросы для прохождения практики. В заключении приводятся выводы и рекомендации студента по результатам практики. Также в конце отчета прикрепляется характеристика с места прохождения практики.

Каждую самостоятельную часть текста отчета следует начинать с новой страницы. Заголовки разделов основной части пишутся прописными буквами и располагаются в центре строки.

В тексте отчета не допускаются сокращения слов, за исключением общепринятых и общеупотребимых аббревиатур, установленных соответствующими государственными

стандартами.

## 6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

### Критерии оценивания

<p>Дифференцированный зачет (производственная практика (преддипломная))</p>	<p>Дифференцированный зачет представляет собой проверку выполнения обучающимся заданий практики и подтверждением его результатов (отчет по практике): <i>Отчет по преддипломной практике:</i> Предоставление отчета о прохождении преддипломной практики, индивидуального плана работы и аттестационного листа, содержащего сведения об уровне освоения обучающимся профессиональных компетенций, а также характеристики на обучающегося по освоению профессиональных компетенций в период прохождения практики</p>	<p>Оценка по преддипломной практике формируется на основе:</p> <p><b>Отчет по преддипломной практике:</b> – <b>85-100</b> – выставляется, если обучающийся выполнил индивидуальный план работы преддипломной практики:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>•осуществил подборку необходимых нормативных правовых документов в соответствии с объектом исследования;</li><li>•в период прохождения преддипломной практики выполнил спектр функций, которые в полной мере соответствуют области профессиональной деятельности;</li><li>•во время защиты свободно, исчерпывающе и аргументированно ответил на все вопросы по существу;</li><li>•правильно оформил отчет о прохождении преддипломной практики;</li><li>•имеет положительную характеристику по освоению компетенций в период прохождения преддипломной практики от Организации;</li><li>•имеет положительное заключение об уровне освоения обучающимся профессиональных компетенций, содержащееся в аттестационном листе.</li></ul> <p><b>65-84</b> – выставляется, если обучающийся выполнил индивидуальный план работы по преддипломной практике;</p> <ul style="list-style-type: none"><li>•осуществил подборку необходимых нормативных правовых документов в соответствии с объектом исследования;</li><li>•в период прохождения преддипломной практики выполнил спектр функций, которые в основном соответствуют области профессиональной деятельности;</li><li>•во время защиты исчерпывающе ответил на все вопросы по существу, согласно;</li><li>•оформил отчет о прохождении преддипломной практики с незначительными недостатками;</li><li>•имеет положительную</li></ul>
---	---	--

характеристику по освоению профессиональных компетенций в период прохождения преддипломной практики от Организации;

- имеет положительное заключение об уровне освоения обучающимся профессиональных компетенций, содержащееся в аттестационном листе.

**45-64** – выставляется, если обучающийся выполнил индивидуальный план работы по преддипломной практике не в полном объеме:

- не в полной мере осуществил подборку необходимых нормативных правовых документов в соответствии с объектом исследования;

- в период прохождения преддипломной практики выполнил спектр функций, которые частично соответствуют области профессиональной деятельности;

- во время защиты ответил на вопросы по существу без должной аргументации;

- оформил отчет о прохождении преддипломной практики с недостатками;

- имеет характеристику по освоению профессиональных компетенций в период прохождения преддипломной практики от Организации с указанием отдельных недостатков;

- имеет положительное заключение об уровне освоения обучающимся профессиональных компетенций, содержащееся в аттестационном листе.

– **0 - 44** – выставляется, если обучающийся не выполнил индивидуальный план работы по преддипломной практике;

- не осуществил подборку необходимых нормативных правовых документов в соответствии с объектом исследования;

- в период прохождения преддипломной практики выполнил спектр функций, которые не соответствуют области профессиональной деятельности;

- во время защиты не ответил на заданные вопросы или ответил неверно, не по существу;

- неправильно оформил отчет о прохождении преддипломной практики;

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• имеет отрицательную характеристику по освоению профессиональных компетенций в период прохождения преддипломной практики от Организации;</li> <li>• имеет отрицательное заключение об уровне освоения обучающимся профессиональных компетенций, содержащееся в аттестационном листе.</li> </ul> <p><b>Итоговая оценка:</b>  <b>Дифференцированный зачет:</b>  <b>«Отлично» -90-100;</b>  <b>«Хорошо» -89-70;</b>  <b>«Удовлетворительно» -69-50;</b>  <b>«Неудовлетворительно» - 49-0</b></p>
--	--	---

### **Примерный перечень вопросов для составления отчета студента о прохождении производственной практики (преддипломной)**

1. Укажите основные цели и задачи практики, сроки прохождения, базу и руководителей практики.
2. Опишите, какие работы Вы осуществляли. Как осуществлялось взаимодействие руководителем практики и сотрудниками организации?
3. С какими трудностями Вам пришлось сталкиваться в процессе прохождения практики? Над какими чертами характера или профессиональными недостатками Вы работали для достижения результатов? Проанализируйте, развитию каких профессиональных качеств способствовало прохождение преддипломной практики?
4. Сделайте вывод по итогам прохождения практики. Считаете ли Вы успешным прохождение практики? Оцените степень Вашей готовности к прохождению государственной итоговой аттестации и к самостоятельной профессиональной деятельности.

### **Примерный перечень вопросов для дифференцированного зачета по производственной практике (преддипломной)**

1. Методы сбора, обработки и систематизации информации.
2. Методы работы с нормативной документацией, регулирующей деятельность организации в целом и локальными нормативными актами организации, регламентирующих маркетинговую и рекламную деятельность.
3. Сущность, назначение и метод проведения SWOT-анализа организации.
4. Методы анализа продукта и выявления его конкурентного преимущества на рынке.
5. Способы изучения спроса и предложения, конкурентов, исследования каналов коммуникаций и рекламных материалов.
6. Способы получения обратной связи от целевой аудитории рекламных и пиар-кампаний.
7. Методы продвижения продукта компании
8. Факторы, определяющие эффективность рекламной деятельности.
9. Система проектирования организационной структуры
10. Понятие и значение стратегий управления человеческими ресурсами для деятельности организации



**ОМСКИЙ ФИЛИАЛ  
НЕГОСУДАРСТВЕННОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ЧАСТНОГО  
УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«МОСКОВСКИЙ ФИНАНСОВО-ПРОМЫШЛЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
«СИНЕРГИЯ»**

**Факультет** \_\_\_\_\_  
(наименование факультета)

**Направление/специальность подготовки:** \_\_\_\_\_  
(код и наименование направления /специальности подготовки)

**Профиль/специализация:** \_\_\_\_\_  
(наименование профиля/специализации)

**Форма обучения:** \_\_\_\_\_  
(очная, очно-заочная, заочная)

**ОТЧЕТ**

**ПО** \_\_\_\_\_  
(вид практики)

**Обучающийся** \_\_\_\_\_  
(ФИО) \_\_\_\_\_ (подпись)

**Руководитель практики  
от Университета** \_\_\_\_\_  
(ФИО) \_\_\_\_\_ (подпись)

\_\_\_\_\_  
(тип практики)

\_\_\_\_\_  
(семестр)

**Омск 202\_\_г.**



**ОМСКИЙ ФИЛИАЛ  
НЕГОСУДАРСТВЕННОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ЧАСТНОГО  
УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«МОСКОВСКИЙ ФИНАНСОВО-ПРОМЫШЛЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
«СИНЕРГИЯ»**

**Факультет** \_\_\_\_\_  
(наименование факультета)

**Направление/специальность подготовки:** \_\_\_\_\_  
(код и наименование направления / специальности подготовки)

**Профиль/специализация:** \_\_\_\_\_  
(наименование профиля/специализации)

**Форма обучения:** \_\_\_\_\_  
(очная, очно-заочная, заочная)

**УТВЕРЖДАЮ**

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
Подпись (Подпись) (ФИО)  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 202 \_\_\_\_ г.

**РАБОЧИЙ ГРАФИК (ПЛАН) ПО** \_\_\_\_\_  
(вид практики)

\_\_\_\_\_  
(тип практики)

\_\_\_\_\_  
(семестр)

обучающегося группы \_\_\_\_\_  
(Шифр и № группы) (ФИО обучающегося)

## Содержание практики

Этапы практики	Код компетенции	Вид работы	Период выполнения
организационно - ознакомительный		•  •  •  •	
прохождение практики		•  •	
		•  •  •	
отчетный		•  •  •  •	

Составлен

руководителем практики от Университета  
(подпись)

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ (ФИО)

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 202\_\_ г.

Ознакомлен

\_\_\_\_\_ (подпись)

\_\_\_\_\_ (ФИО обучающегося)

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 202\_\_ г.





**ОМСКИЙ ФИЛИАЛ  
НЕГОСУДАРСТВЕННОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ЧАСТНОГО  
УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«МОСКОВСКИЙ ФИНАНСОВО-ПРОМЫШЛЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
«СИНЕРГИЯ»**

**Факультет** \_\_\_\_\_  
(наименование факультета)

**Направление/специальность подготовки:** \_\_\_\_\_  
(код и наименование направления / специальности подготовки)

**Профиль/специализация:** \_\_\_\_\_  
(наименование профиля/специализации)

**Форма обучения:** \_\_\_\_\_  
(очная, очно-заочная, заочная)

**УТВЕРЖДАЮ**

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
Подпись (Подпись) (ФИО)  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 202\_\_ г.

**ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ**

**НА** \_\_\_\_\_  
(вид практики)

\_\_\_\_\_  
(тип практики)

\_\_\_\_\_  
(семестр)

обучающегося группы \_\_\_\_\_  
(Шифр и № группы)

\_\_\_\_\_  
(ФИО обучающегося)

**Место прохождения практики:**

\_\_\_\_\_  
(наименование структурного подразделения Организации)

Срок прохождения практики: с « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 202\_\_ г. по « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 202\_\_ г.

**Содержание индивидуального задания на практику, соотнесенное с планируемыми результатами обучения при прохождении практики:**

<b>Код компетенции</b>	<b>Содержание индивидуального задания</b>
УК-Н - УК-М ОПК-Н- ОПК-М ПК-Н - ПК-М	1. Инструктаж по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка; 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8. 9.
УК-Н - УК-М ОПК-Н- ОПК-М ПК-Н - ПК-М	• • • •
УК-Н - УК-М ОПК-Н- ОПК-М ПК-Н - ПК-М	Выполнение контрольных заданий-вопросов, необходимых для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности по итогам _____ (вид практики, тип практики) Систематизация собранного нормативного и фактического материала. Оформление отчета о прохождении практики. Защита отчета по практике.

Разработано

руководителем практики от Университета \_\_\_\_\_  
(ФИО)

\_\_\_\_\_ (Подпись)

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 202\_\_ г.

Задание принято к исполнению

(ФИО обучающегося) \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ (Подпись)

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 202\_\_ г.

**1. Контрольные задания-вопросы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности по итогам практики**

<b>Код компетенции</b>	<b>Формулировка компетенции</b>	<b>Контрольные задания-вопросы</b>	<b>Подробные ответы обучающегося на контрольные задания-вопросы</b>
УК-N		1. 2. 3.	
ОПК-N		1. 2. 3.	
ПК-М		1. 2. 3.	
ПК-ММ		1. 2. 3.	

Дата: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ (подпись)

\_\_\_\_\_ (ФИО обучающегося)



**ОМСКИЙ ФИЛИАЛ  
НЕГОСУДАРСТВЕННОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ЧАСТНОГО  
УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«МОСКОВСКИЙ ФИНАНСОВО-ПРОМЫШЛЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
«СИНЕРГИЯ»**

**Факультет** \_\_\_\_\_  
(наименование факультета)

**Направление/специальность подготовки:** \_\_\_\_\_  
(код и наименование направления /специальности подготовки)

**Профиль/специализация:** \_\_\_\_\_  
(наименование профиля/специализации)

**Форма обучения:** \_\_\_\_\_  
(очная, очно-заочная, заочная)

**ОТЧЕТ**

**ПО** \_\_\_\_\_  
(вид практики)

\_\_\_\_\_  
(тип практики)

\_\_\_\_\_  
(семестр)

**Обучающийся** \_\_\_\_\_ (ФИО) \_\_\_\_\_ (подпись)

**Руководитель практики от Университета** \_\_\_\_\_ (ФИО) \_\_\_\_\_ (подпись)

**Руководитель практики от Профильной организации** \_\_\_\_\_ (ФИО) \_\_\_\_\_ (подпись)

М.П.

**Омск 202\_\_\_\_\_г.**



**ОМСКИЙ ФИЛИАЛ  
НЕГОСУДАРСТВЕННОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ЧАСТНОГО  
УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«МОСКОВСКИЙ ФИНАНСОВО-ПРОМЫШЛЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
«СИНЕРГИЯ»**

**Факультет** \_\_\_\_\_  
(наименование факультета)

**Направление/специальность подготовки:** \_\_\_\_\_  
(код и наименование направления / специальности подготовки)

**Профиль/специализация:** \_\_\_\_\_  
(наименование профиля/специализации)

**Форма обучения:** \_\_\_\_\_  
(очная, очно-заочная, заочная)

**УТВЕРЖДАЮ**

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
Подпись (Подпись) (ФИО)  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 202\_\_ г.

**РАБОЧИЙ ГРАФИК (ПЛАН) ПО** \_\_\_\_\_  
(вид практики)

\_\_\_\_\_  
(тип практики)

\_\_\_\_\_  
(семестр)

обучающегося группы \_\_\_\_\_  
(Шифр и № группы)

\_\_\_\_\_  
(ФИО обучающегося)

## Содержание практики

Этапы практики	Код компетенции	Вид работы	Период выполнения
организационно - ознакомительный		<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> <li>•</li> <li>•</li> <li>•</li> <li>•</li> <li>•</li> </ul>	
прохождение практики		<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> <li>•</li> <li>•</li> <li>•</li> <li>•</li> </ul>	
отчетный		<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> <li>•</li> <li>•</li> <li>•</li> </ul>	

Составлен  
руководителем практики от Университета  
(подпись)  
«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 202\_\_ г.

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

(ФИО)

Ознакомлен

«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 202\_\_ г.

\_\_\_\_\_ (подпись)

\_\_\_\_\_

(ФИО обучающегося)



**ОМСКИЙ ФИЛИАЛ  
НЕГОСУДАРСТВЕННОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ЧАСТНОГО  
УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«МОСКОВСКИЙ ФИНАНСОВО-ПРОМЫШЛЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
«СИНЕРГИЯ»**

**Факультет** \_\_\_\_\_  
(наименование факультета)

**Направление/специальность подготовки:** \_\_\_\_\_  
(код и наименование направления / специальности подготовки)

**Профиль/специализация:** \_\_\_\_\_  
(наименование профиля/специализации)

**Форма обучения:** \_\_\_\_\_  
(очная, очно-заочная, заочная)

**СОГЛАСОВАНО**

Руководитель практики от Профильной  
организации

\_\_\_\_\_  
(полное наименование профильной Организации)(должность)

\_\_\_\_\_  
(ФИО, подпись)

«\_\_» \_\_\_\_\_ 202\_\_ г.

М.П.

**УТВЕРЖДАЮ**

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
Подпись (Подпись) (ФИО)

«\_\_» \_\_\_\_\_ 202\_\_ г.

**ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ**

**НА** \_\_\_\_\_  
(вид практики)

\_\_\_\_\_  
(тип практики)

\_\_\_\_\_  
(семестр)

обучающегося группы \_\_\_\_\_

(Шифр и № группы)

\_\_\_\_\_  
(ФИО обучающегося)

Место прохождения практики:

\_\_\_\_\_  
(полное наименование профильной Организации)

Срок прохождения практики: с «\_\_» \_\_\_\_\_ 202\_\_ г. по «\_\_» \_\_\_\_\_ 202\_\_ г.

**Содержание индивидуального задания на практику, соотнесенное с планируемыми результатами обучения при прохождении практики:**

Код компетенции	Содержание индивидуального задания
УК-Н - УК-М ОПК-Н- ОПК-М ПК-Н - ПК-М	Инструктаж по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка; • • • • • • • •
УК-Н - УК-М ОПК-Н- ОПК-М ПК-Н - ПК-М	• • • •
УК-Н - УК-М ОПК-Н- ОПК-М ПК-Н - ПК-М	Выполнение контрольных заданий-вопросов, необходимых для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности по итогам <hr/> <p style="text-align: center;">(вид практики, тип практики)</p> Систематизация собранного нормативного и фактического материала. Оформление отчета о прохождении практики. Защита отчета по практике.

Разработано  
Руководителем практики от Университета

\_\_\_\_\_ (ФИО)  
« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 202\_\_ г.

\_\_\_\_\_ (Подпись)

Задание принято к исполнению  
(ФИО обучающегося)

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 202\_\_ г.

\_\_\_\_\_ (Подпись)



**1. Контрольные задания-вопросы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности по итогам практики**

<b>Код компетенции</b>	<b>Формулировка компетенции</b>	<b>Контрольные задания-вопросы</b>	<b>Подробные ответы обучающегося на контрольные задания-вопросы</b>
УК-N		1. 2. 3.	
ОПК-NN		1. 2. 3.	
ПК-М		1. 2. 3.	
ПК-ММ		1. 2. 3.	

Дата: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_   
подпись

\_\_\_\_\_   
ФИО обучающегося



## Оценка сформированности компетенций обучающегося

\_\_\_\_\_ (ФИО)

руководителем практики от Профильной организации

\_\_\_\_\_ (полное наименование организации)

**по направлению/специальности подготовки:** \_\_\_\_\_  
(код и наименование направления /специальности подготовки)

**профилю/специализации:** \_\_\_\_\_  
(наименование профиля/специализации)

**формы обучения:** \_\_\_\_\_  
(очная, очно-заочная, заочная)

### Результаты освоения программы практики:

Код компетенции	Содержание компетенции	Уровень освоения обучающимся (нужное отметить ✓)*
УК-N		<input type="checkbox"/> высокий <input type="checkbox"/> средний <input type="checkbox"/> низкий
ОПК-NN		<input type="checkbox"/> высокий <input type="checkbox"/> средний <input type="checkbox"/> низкий
ПК-М		<input type="checkbox"/> высокий <input type="checkbox"/> средний <input type="checkbox"/> низкий
ПК-ММ		<input type="checkbox"/> высокий <input type="checkbox"/> средний <input type="checkbox"/> низкий

\*Примечание:

Высокий уровень – обучающийся уверенно демонстрирует готовность и способность к самостоятельной профессиональной деятельности не только в стандартных, но и во внештатных ситуациях.

Средний уровень – обучающийся выполняет все виды профессиональной деятельности в стандартных ситуациях уверенно, добросовестно, эффективно.

Низкий уровень – при выполнении профессиональной деятельности обучающийся нуждается во внешнем сопровождении и контроле

Руководитель практики от Профильной организации

\_\_\_\_\_ подпись

\_\_\_\_\_ ФИО

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 202\_\_ г.



Приложение 3 Оценка руководителя практики от Университета по итогам прохождения практики



ОЦЕНКА  
руководителя практики от Университета по итогам прохождения

\_\_\_\_\_ (вид практики)

\_\_\_\_\_ (тип практики)

\_\_\_\_\_ (семестр)

по направлению/специальности подготовки: \_\_\_\_\_  
(код и наименование направления /специальности подготовки)

профилю/специализации: \_\_\_\_\_  
(наименование профиля/специализации)

формы обучения: \_\_\_\_\_  
(очная, очно-заочная, заочная)

\_\_\_\_\_ (фамилия, имя, отчество обучающегося)

Результаты освоения программы практики:

Код компетенции	Содержание компетенции	Уровень освоения обучающимся (нужное отметить ✓)*
		У
УК-N		У высокий У средний У низкий
ОПК-NN		У высокий У средний У низкий

Код компетенции	Содержание компетенции	Уровень освоения обучающимся (нужное отметить ✓)*
ПК-М		<input type="checkbox"/> высокий <input type="checkbox"/> средний <input type="checkbox"/> низкий
ПК-ММ		<input type="checkbox"/> высокий <input type="checkbox"/> средний <input type="checkbox"/> низкий

\*Примечание:

Высокий уровень – обучающийся уверенно демонстрирует готовность и способность к самостоятельной профессиональной деятельности не только в стандартных, но и во внештатных ситуациях.

Средний уровень – обучающийся выполняет все виды профессиональной деятельности в стандартных ситуациях уверенно, добросовестно, эффективно.

Низкий уровень – при выполнении профессиональной деятельности обучающийся нуждается во внешнем сопровождении и контроле.

## 1. Анализ результатов освоения:

**План работы и индивидуальное задание обучающимся (нужное отметить ✓):**

- Υ выполнен;
- Υ выполнен не в полном объеме;
- Υ не выполнен;

**Владение материалом (нужное отметить ✓):**

**Обучающийся:**

- Υ умело анализирует полученный во время практики материал;
- Υ анализирует полученный во время практики материал;
- Υ недостаточно четко и правильно анализирует полученный во время практики материал;
- Υ неправильно анализирует полученный во время практики материал;

**Задачи, поставленные на период прохождения практики, обучающимся (нужное отметить ✓):**

- Υ решены в полном объеме;
- Υ решены в полном объеме, но не полностью раскрыты;
- Υ решены частично, нет четкого обоснования и детализации;
- Υ не решены;

**Спектр выполняемых обучающимся функций в период прохождения производственной практики (творческая практика (нужное отметить ✓):**

- Υ соответствует;
- Υ в основном соответствует;
- Υ частично соответствует;
- Υ не соответствует;

**Ответы на контрольные задания-вопросы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности (нужное отметить ✓) - обучающийся:**

- Υ дает аргументированные ответы на вопросы;
- Υ дает ответы на вопросы по существу;
- Υ дает ответы на вопросы не по существу;
- Υ не может ответить на вопросы;

**Оформление обучающимся отчета по практике (нужное отметить ✓):**

- Υ отчет о прохождении производственной практики оформлен правильно;
- Υ отчет о прохождении производственной практики оформлен с незначительными недостатками;
- Υ отчет о прохождении производственной практики оформлен с недостатками;
- Υ отчет о прохождении производственной практики оформлен неверно;

## 2. Показатели и критерии оценивания результатов практики

Оценочный критерий	Итоговый балл	Зачтено/не зачтено	Подпись руководителя практики от Организации
Ответы на вопросы (0-30 баллов)			
Выполнение плана и индивидуального задания в соответствии с программой практики (0-30 баллов)			
Решение профессиональных задач, в соответствии с компетенциями (0-30 баллов)			
Оформление отчета и приложений к нему (0-10 баллов)			
<b>Итоговая оценка:</b>			

### Заключение руководителя практики от Университета

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Отчет по \_\_\_\_\_ практике **соответствует** требованиям программы практики, Положения о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования в Университете «Синергия» и **рекомендуется к защите с оценкой** « \_\_\_\_\_ ».

Руководитель практики от Университета

\_\_\_\_\_

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 202\_\_ г.

(подпись)

(ФИО)