

Федеральное казенное профессиональное образовательное учреждение
«Новокузнецкий государственный гуманитарно-технический колледж-интернат»
Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации

СОГЛАСОВАНО:

Представитель работодателя:
Директор РГ «Сибيريا Про»



А.Б. Кишов

УТВЕРЖДАЮ:

Директор
ФКПОУ «НГГТКИ» Минтруда
России

Н. Н. Агарков

« ____ » _____ 20__ г.

КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА
ДЛЯ ОЦЕНКИ РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Специальности 42. 02. 01 РЕКЛАМА
базовая подготовка

РАССМОТРЕНО:

на заседании МК специальности Реклама

Протокол № 11 от 18.05.2021г.

Председатель МК

Осколкова Е.А.

Организация-разработчик рабочей программы:

федеральное казенное профессиональное образовательное учреждение
«Новокузнецкий государственный гуманитарно-технический колледж-интернат»
Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации

Разработчики:

Бенюх Эльвира Рафкатовна, преподаватель

Маянская Анна Сергеевна, преподаватель

Осколкова Елена Анатольевна, преподаватель

Филиппова Елена Владимировна, преподаватель

Рецензент:

Кишов Александр Борисович, директор Рекламной группы «Сиберия Про».

СОДЕРЖАНИЕ

1	Паспорт комплекта контрольно-оценочных средств	4
2	Комплект оценочных средств по УП.01	12
2.1	Требования к результатам освоения учебной практики УП.01.01	12
2.2	Рубежный и промежуточный контроль и оценка освоения учебной практики ПМ.01	14
2.3	Комплект материалов для оценки освоения учебной практики УП.01.01	16
2.4	Комплект материалов для промежуточной аттестации по учебной практике УП.01.01	19
3	Комплект оценочных средств по УП.02	21
3.1	Требования к результатам освоения учебной практики УП.02.01	21
3.2	Рубежный и промежуточный контроль и оценка освоения учебной практики ПМ.02	24
3.3	Комплект материалов для оценки освоения учебной практики УП.02.01	28
3.4	Комплект материалов для промежуточной аттестации по учебной практике УП.01.01	38
4	Комплект оценочных средств по УП.03	40
4.1	Требования к результатам освоения учебной практики УП.03.01	40
4.2	Рубежный и промежуточный контроль и оценка освоения учебной практики ПМ.03	41
5	Комплект оценочных средств по УП.04	44
5.1	Требования к результатам освоения учебной практики УП.04.01	44
5.2	Рубежный и промежуточный контроль и оценка освоения учебной практики ПМ.04	46
6	Комплект оценочных средств по УП.05.01	48
6.1	Требования к результатам освоения учебной практики УП.05.01	48
6.2	Рубежный и промежуточный контроль и оценка освоения учебной практики ПМ.05	49
6.3	Комплект материалов для оценки освоения учебной практики УП.05.01	51
6.4	Комплект материалов для промежуточной аттестации по учебной практике УП.05.01	55

1 ПАСПОРТ КОМПЛЕКТА КОНТРОЛЬНО - ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Комплект контрольно-оценочных средств используется для контроля и оценки результатов учебной практики программы подготовки специалистов среднего звена (далее – ППСЗ) по специальности 42.02.01 «Реклама»

Целью учебной практики является приобретение обучающимися практика первичных профессиональных умений и навыков, закрепление и углубление полученных теоретических знаний, овладение необходимыми навыками и умениями по видам профессиональной деятельности по специальности 42.02.01 «Реклама».

Структура и объем учебной практик:

- УП.01 (ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции) - 36 часов;
- УП.02 (ПМ.02 Производство рекламной продукции) – 252 часа;
- УП.03 (ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта) – 36 часов;
- УП.04 (ПМ.04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта) – 36 часов;
- УП.05 (ПМ.05 Агент рекламный) – 36 часов.

Формы контроля и оценки результатов прохождения практики

В соответствии с учебным планом и рабочими программами профессиональных модулей предусматривается текущий и промежуточный контроль результатов освоения учебной практики.

Форма текущего контроля:

Текущий контроль результатов прохождения учебной практики в соответствии с рабочей программой практики происходит при использовании следующих обязательных форм контроля:

- контроль посещаемости обучающимися учебной практики;
- наблюдение и контроль качества выполнения видов работ на учебной практике;

- выполнение заданий учебной практики в полном объеме;
- формирование портфолио учебных работ обучающегося.

Форма промежуточной аттестации:

Промежуточная аттестация по преддипломной практике - дифференцированный зачет.

В результате аттестации по учебной практике осуществляется проверка следующих общих компетенций:

Общие компетенции	Показатели оценки результата
ОК 1 Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	Понимание сущности и социальной значимости специальности «Рекламы». Участие во внеучебной работе, связанной с будущей специальностью (участие в конкурсах профессионального мастерства, посещение специализированных выставок и т.п.). Выступление на научно-практических конференциях.
ОК 2 Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качества	Выбор методов и способов решения профессиональных задач, оценка их эффективности и качества. Способность организовывать собственную деятельность.
ОК 3 Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	Способность анализировать профессиональные ситуации. Способность 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.	Способность осуществлять поиск и использовать информацию, необходимую для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития. Способность использования различных источников, включая интернет, при изучении теоретического материала и прохождении различных этапов производственной практики.
ОК 5 Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	Умение использовать в учебной и профессиональной деятельности различных видов программного обеспечения, в том числе специального, при оформлении и презентации всех видов работ.
ОК 6 Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	Умение работать и взаимодействовать: - с обучающимися при выполнении коллективных заданий (проектов); - с преподавателями, мастерами в ходе

	обучения; - с потребителями и коллегами в ходе производственной и учебной практики.
ОК 7 Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий	Способность к самоанализу и коррекции результатов собственной деятельности при выполнении коллективных заданий (проектов). Ответственность за результат выполнения заданий (проектов).
ОК 8 Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	Умение самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития. Умение заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9 Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	Способность адаптироваться к изменяющимся условиям профессиональной деятельности. Проявление профессиональной маневренности при прохождении различных этапов производственной практики.
ОК 10 Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности	Демонстрация готовности принимать решения в условиях изменяющихся рыночных отношений, усиливающейся конкуренции и нести за них ответственность. Владение основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.
ОК 11 Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке	Использование приемов межличностного общения в процессе обучения. Умение преодолевать коммуникативные барьеры. Обладание экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке

В результате аттестации по учебной практике осуществляется проверка профессиональных компетенций:

Предмет(ы) оценивания	Объект оценивания	Показатели оценки
ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей ОК 1 - 5	Рекламная идея, творческая концепция рекламного обращения	- умение осуществлять поиск информации для разработки рекламных идей; - оптимальный подбор способов разработки рекламной идеи; - обоснованность художественной формы рекламной идеи; - аргументированность выбора рекламной идеи;

		- точность и скорость поиска различных решений при создании рекламного продукта.
ПК 1.2. Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы ОК 1- 7	Эскизы/макеты рекламных обращений; Визуальное решение различных элементов дизайна. Изобразительно-выразительные средства рекламы	- соответствие методов проектирования рекламного продукта - выполнение технических требований в процессе художественного конструирования; - оптимальность используемых изобразительных средств рекламы; - соблюдение правил охраны труда и техники безопасности при выполнении рекламных проектов; - выполнение макетов с учетом выбранной технологии - правильность и обоснованность художественного конструирования рекламных продуктов; - правильность композиционного решения рекламного продукта; - точность использования выразительных и художественно-изобразительных средств при создании рекламного продукта; - соответствие выразительных и художественно-изобразительных средств рекламы; - правильность построения композиции, шрифтовой и художественной графики в рекламе - соответствие методов проектирования рекламного продукта
ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты ОК 1 – 11	Авторский рекламный проект (рекламный продукт)	- соответствие методов проектирования рекламного продукта его техническим характеристикам; - правильность и точность разработки художественного решения авторского проекта: - соответствие проекта заданным условиям;
ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений ОК 2 – 4, 5, 7	Рекламный текст	- правильность составления рекламных текстов; - точность и правильность приемов и принципов составления рекламного текста; - соответствие структуры составляемых текстов требованиям задания; - грамотность речи.
ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями ОК 2 – 4, 5, 7	Рекламный образ	- соответствие визуального образа рекламным функциям; - умение подбирать визуальный образ в соответствии с заданием.
ПК 2.1	Выбирать и использовать	Знать:

	инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.	<ul style="list-style-type: none"> - 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; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - осуществлять фотосъемку для производства рекламного продукта; - осуществлять видеосъемку для производства рекламного продукта; <p>Иметь практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта; - подготовки к производству рекламного продукта;
ПК 2.2	Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - технические и программные средства для компьютерной обработки графики, аудио-, видео, анимации; - технологию создания Интернет-рекламы; - аппаратное и программное обеспечение. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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; <p>Иметь практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> - построения модели (макета, сценария) объекта с учетом выбранной технологии; - производства рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков;
ПК 2.3	Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - технологии изготовления рекламных продуктов или их элементов (полиграфия, сувенирная, наружная, аудиовизуальная, интернет-реклама) <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять оборудование, технические средства для изготовления отдельных элементов рекламного продукта;

		- выбирать способ изготовления рекламного продукта или его отдельных элементов; Иметь практический опыт: - построения модели (макета, сценария) объекта с учетом выбранной технологии;
ПК 3.1 Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.	Продукт, процесс (разработка анкеты, анкетирование, анализ, полученной информации)	Соответствие анкеты, разработанной для исследования предпочтений целевых групп потребителей, целям и задачам опроса и требованиям к составлению опросных анкет
ПК 3.2 Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта	Продукт, процесс: (разработка средств продвижения рекламного продукта)	Обоснованность отбора средств, направленных на продвижение рекламного продукта с учетом анализа предпочтений целевых групп потребителей; Соблюдение законодательства в сфере рекламной деятельности при разработке средств продвижения рекламного продукта
ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.	Процесс, продукт (составление плана деятельности)	Точность и грамотность планирования
ПК 4.2. Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.	Продукт, процесс: (изготовление рекламного продукта)	Соответствие рекламной продукции требованиям рекламодателя
ПК 4.3. Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.	Продукт: (составление документации)	Грамотность составленной документации
Предмет(ы) оценивания	Объект оценивания	Показатели оценки

ПК.5.1 Осуществлять деятельность по поиску и привлечению клиентов.	Процесс (организация деятельности по поиску и привлечению клиентов)	Обоснованность применения методов и способов поиска и привлечения клиентов. Качество организации поиска и привлечения клиентов.
ПК.5.2 Осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг.	Продукт, процесс: (выполнение работы по предоставлению рекламных услуг)	Качество выполнения предоставленных услуг Владение методами работы с клиентом. Точность и скорость выполнения рекламных услуг в соответствии с заказом.
ПК.5.3 Оформлять договорную и финансовую документацию при работе с заказчиком.	Продукт, процесс: (оформление договорной, финансовой документации; - самостоятельное составление договорной и финансовой документации)	Соблюдение требований стандартов по оформлению типовой документации. Умение составлять и оформлять различные формы договорной документации.
ПК.5.4 Опирайтесь в работе на правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию услуг.	Процесс: (соблюдение норм, регулирующих взаимоотношения по оказанию рекламных услуг (федеральные законы, рекламный кодекс)	Знание правовых норм, регулирующих взаимоотношения по оказанию услуги Соответствие изготавливаемой продукции и услуг правовым нормам
ПК.5.5 Вести переговоры с заказчиком.	Процесс: (ведение переговоров с заказчиком)	Обоснованность выбора методов ведения переговоров с заказчиком. Владением методиками ведения переговоров. Соблюдение правил ведения деловых переговоров и презентаций
ПК.5.6 Использовать офисную	Процесс (использование оргтехники и ИКТ в профессиональной деятельности)	Способность использовать офисную оргтехнику при получении и оформлении заказа;

оргтехнику, информационные и коммуникационные технологии при получении и оформлении заказа.		- Точность определения и обоснованный выбор информационно-коммуникационных технологий при получении и оформлении рекламного заказа.
ПК.5.7 Контактировать с производителями рекламы по вопросам производства рекламного продукта.	Процесс: (организация делового процесса с производителем рекламного продукта)	Соблюдение правил ведения деловых переговоров; Умение ориентироваться в области технологии производства рекламного продукта.
ПК.5.8 Работать в рекламных акциях в качестве исполнителя.	Процесс: (реализация рекламной акции)	Соблюдение правил проведения рекламных акций. Точность исполнения поставленной задачи в рамках проведения рекламной акции.
ПК.5.9 Контактировать со средствами массовой информации по вопросам размещения рекламы.	Процесс: (организация процесса работы по размещению рекламы)	соблюдение правил ведения деловых переговоров; уровень компетентности в области размещения рекламного продукта.

2 КОМПЛЕКТ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО УП.01 «РАЗРАБОТКА И СОЗДАНИЕ ДИЗАЙНА РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ»

2.1 Требования к результатам освоения учебной практики УП.01.01

В результате промежуточной аттестации по учебной практике осуществляется комплексная оценка профессиональными и общими компетенциями. КОС позволяет оценить приобретенные на практике

практический опыт:

- ПО1 выбора художественной формы реализации рекламной идеи;
- ПО2 создания визуального образа с рекламными функциями;
- ПО3 художественного конструирования рекламных продуктов по заданию;

Вариативная части:

- ПО4 проектирования базовых элементов визуальной идентификации (фирменного стиля);
- ПО5 стилизации при построении рекламного образа;
- ПО6 разработки творческой идеи рекламного продукта;
- ПО7 составления рекламных текстов на основе разработанной творческой стратегии.

уметь:

- У1 разрабатывать композиционное решение рекламного продукта;
- У2 использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы;
- У3 осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги;
- У4 составлять рекламные тексты;

Вариативная часть:

- У5 разрабатывать композиционное, графическое и цветовое решение элементов фирменного стиля;
- У6 применять приемы стилизации при создании рекламного образа;
- У7 ориентироваться в исторических эпохах и стилях;

- У8 разрабатывать многовариативные композиционные решения рекламного продукта;
- У9 применять способы интенсификации творческого мышления для разработки творческой идеи;
- У10 применять креативные, манипулятивные, семиотические приемы и принципы при создании рекламного продукта;
- У11 применять техники создания рекламного текста;

Виды работ по учебной практике и проверяемые результаты обучения по профессиональному модулю ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции

Учебная практика:

Виды работ	Коды проверяемых результатов (ПК, ОК, ПО, У)
Разработка композиционного решения рекламного продукта средствами компьютерной графики.	ОК 1 - 7 ПК 1.1-1.3 ПО 1-3 У1-3, 8, 9
Разработка цветового решения рекламного продукта.	ПК 1.1-1.3, ОК 1 - 7 ПО 1-3 У1-3, 8, 9
Разработка шрифтового решения рекламного продукта.	ПК 1.1-1.3, ОК 1 - 7 ПО 1-3 У1-3, 8, 9
Написание рекламных текстов.	ПК 1.4, ОК 2 – 4, 5, 7 ПО 6, 7 У3, 4, 9 -11
Разработка элементов фирменного стиля.	ПК 1.3, ОК 1-9 ПО 1, 4, 6 У1-3, 5-10
Создание макетов простых рекламных обращений.	ПК 1.1 - 1.5, ОК 1-9 ПО 1-7 У 1-11
Разработка рекламных образов.	ПК 1.5, ОК 2 – 4, 5, 7 ПО 1-7 У1-11

2.2 Рубежный и промежуточный контроль и оценка освоения учебной практики ПМ.01 «Разработка и создание дизайна рекламной продукции» по разделам и темам

№ раздела и темы	Наименование разделов и тем	Проверяемые знания (З) и умения (У)	Проверяемые компетенции	№ задания	Формулировка задания
Раздел 1	Художественное проектирование рекламного продукта				
Тема 1.1	Создание простых векторных иллюстраций	З1-3, 7-10 У1-3, 8,9	ПК 1.1-1.3 ОК1-7	№1	- разработка векторной иллюстрации
Тема 1.2	Монохромное и цветное решение рекламного продукта			№2	нерекламного характера
Тема 1.3.	Шрифтовое оформление рекламного продукта			№3	- создание цветных и черно-белых рекламных обращений - создание типографических композиций
Раздел 2	Проектирование элементов фирменного стиля				
Тема 2.1	Тема 2.1 Кривые безье как основа создания логотипа	З1-5, 8-10 У1-3, 5-10	ПК 1.3, ОК 1-9	№4	- разработка элементов фирменного стиля для мероприятия, продукта, услуги
Раздел 3	Макетирование простых рекламных обращений				
Тема 3.1	Макетирование визитной карточки Макетирование фирменного бланка Макетирование шрифтового плаката Макетирование изобразительного плаката Макетирование одно- и двусторонних листовок	З1-10 У 1-11	ПК 1.1 - 1.5, ОК 1-9	№5	- создание макета визитной карточки;
Тема 3.2				№6	- создание макета фирменного бланка;
Тема 3.3				№7	- создание макета шрифтового плаката;
Тема 3.4				№8	- создание макета изобразительного плаката;
Тема 3.5				№9	- создание макетов листовок.
	Дифференцированный зачет	У1-11	ОК (1 - 11) ПК 1.1-1.5		Защита портфолио

Текущий контроль результатов прохождения учебной практики в соответствии с рабочей программой и календарно-тематическим планом практики происходит при использовании следующих обязательных форм контроля:

- ежедневный контроль посещаемости практики (с отметкой в журнале практики),
- наблюдение за выполнением видов работ на практике (в соответствии с календарно-тематическим планом практики),
- контроль качества выполнения видов работ на практике (уровень владения ПК и ОК при выполнении работ оценивается в аттестационном листе - характеристике с практики),

Дифференцированный зачет по учебной практике выставляется на основании:

- выполнения заданий (портфолио работ по учебной практике).

Оценка за дифференцированный зачет по практике определяется как средний балл за представленные материалы практики. Оценка выставляется по 5-ти балльной шкале.

Критерии оценки заданий:

Оценка	Критерии оценки
«Отлично»	студент выполнил работу без ошибок и недочетов, допустил не более одного недочета. Задания выполнены в полном объеме.
«Хорошо»	студент выполнил работу полностью, но допустил в ней не более одной негрубой ошибки и одного недочета, или не более двух недочетов
«Удовлетворительно»	студент правильно выполнил не менее половины работы или допустил не более двух грубых ошибок, или не более одной грубой и одной негрубой ошибки и одного недочета, или не более двух-трех негрубых ошибок, или одной негрубой ошибки и трех недочетов, или при отсутствии ошибок, но при наличии четырех-пяти недочетов, плохо знает текст произведения, допускает искажение фактов.
«Неудовлетворительно»	студент допустил число ошибок и недочетов превосходящее норму, при которой может быть выставлена оценка «3», или если правильно выполнил менее половины работы.

2.3 Комплект материалов для оценки освоения учебной практики

УП.01.01

Предметы оценивания: У1-11 ОК (1 - 11), ПК 1.1-1.5

Объекты оценивания: продукты (макеты, тексты, идеи)

Показатели оценки:

Качество выполненной работы: профессионализм изложения информации, соответствие тематике, целостность, стиль оформления, объём, творческий подход, рациональность использования времени, презентационные навыки.

Критерии оценки:

- оригинальность исполнения;
- качество исполнения работ;
- грамотность текстов и речи;
- уровень владения информационно-коммуникационными технологиями;
- уровень понимания и владения художественно-выразительными средствами;
- качество исполнения образов с рекламными функциями.

Место проведения учебной практики: лаборатория «Проектирования рекламного продукта».

Задание 1. Стилизация в рекламе

Выполнить задания по стилизации изображений в векторном редакторе CorelDraw. Выбрать не менее пяти разных стилей.

Время выполнения – 6 часов.

Задание 2. Разработка логотипа

Разработать фирменный знак для любого товара, услуги, организации.

Требования к выполнению задания:

- фирменный знак должен быть комбинированным (т.е. содержать изобразительную и текстовую части);
- фирменный знак должен быть представлен в двух цветовых решениях: цветной и черно-белый;
- фирменный знак должен быть выполнен в векторном формате (не допускается использование растровых рисунков, фотографий).

Задание 3. Создание макетов малоформатной рекламной продукции

Разработка дизайна носителей фирменного стиля компании

Текст задания: для предложенной компании (см. техническое задание) разработать дизайн носителей фирменного стиля (визитные карточки, фирменный бланк и шрифтовой плакат).

Условия выполнения задания:

1. дизайн разрабатывается на основе представленного фирменного знака (комбинированный логотип компании);
2. логотип необходимо отрисовать в векторном формате;
3. требования, предъявляемые к каждому из носителей, приведены ниже в задании.

Задание 01. Создание макета визитной карточки

Текст задания: разработать макеты деловой и корпоративной визитных карточек.

Требования:

- размер 5*9 см.
- наличие всех основных элементов визитной карточки;
- читаемость.

Задание 02. Разработка макета фирменного бланка

Текст задания: создать макет фирменного бланка, используя ранее разработанный логотип компании.

Элементы фирменного бланка:

- логотип компании;
- полное наименование компании;
- адресные и банковские реквизиты;
- указание сферы деятельности компании, слоган.

Стандартный размер фирменного бланка: А4.

Задание 05_03. Разработка макета шрифтового плаката

Текст задания: разработать макет шрифтового плаката для конкретной фирмы.

Требования к макету:

- размер: А3
- использовать ранее разработанный логотип компании
- можно использовать любые шрифты, однако их общее количество не должно превышать 3-х
- Использовать в работе графические приёмы только шрифтовой графики (отсутствие рисунков, фотографий, элементов коллажа и т.д.)
- тексты должны быть переведены в кривые

Задание 4. Создание макета изобразительного плаката

Текст задания: разработать макет изобразительного плаката (для той же фирмы, что и в предыдущих заданиях).

Требования:

- размер А3.
- наличие всех основных элементов (логотип, рекламная иллюстрация, краткий рекламный текст или слоган, контакты)
- дизайн в соответствии с фирменным стилем компании (основа - логотип).

Задание 5. Разработка макета одно и двусторонней листовки

Текст задания: создать макеты односторонней и двусторонней листовок формата А5.

Требование:

- листовка должна сообщать о какой-либо конкретной акции (новый товар, скидки, распродажи и т.п.)
- содержать все необходимые элементы (иллюстрацию, логотип, контактную или справочную информацию, основное рекламное предложение)

Требования к листовкам:

1. Концентрированность содержания. Текст листовки должен быть кратким. Листовка - это текст, выражающий какую-то одну идею. Сосредоточенность на одном основном положении (тезисе, идее, лозунге) - важнейшее требование к любой листовке.

2. Аргументированность. Основное положение листовки надо не просто декларировать, а обосновывать и подтверждать разносторонними убедительными доказательствами.

3. Простота и доходчивость. Листовка обязана учитывать особенности аудитории, но в любом случае она должна быть написана простыми словами. Задача листовки - внушить определенную мысль (идею). Чем проще эта мысль, чем яснее она изложена, тем больше шансов, что ее поймут и примут. Никаких туманных намеков, никаких недомолвок в листовке не должно быть.

Нельзя также перегружать текст и оформление листовки деталями.

4. Композиционная четкость. Листовка, несмотря на свою краткость, должна иметь четкую композиционную и логическую структуру. Это достигается хорошо продуманной логикой изложения материала.

5. Привлекательность, броскость. Листовку необходимо оформлять так, чтобы она привлекала к себе внимание и вызывала желание ее прочесть. Для этого следует уметь использовать яркие, броские иллюстрации (фотографии, рисунки, схемы), подбирать цвет бумаги и краски, различные шрифты и т.д. Чем крупнее шрифт, тем легче читать листовку.

Особое значение имеет выбор цвета. Желательно, чтобы листовка была яркой.

2.4 Комплект материалов для промежуточной аттестации по учебной практике УП.01.01

Промежуточная аттестация: дифференцированный зачет

Форма: защита портфолио работ

Предмет(ы) оценивания	Объект(ы) оценивания	Показатели оценки	Критерии оценки
У1-У3, 31, 33,34 ПК1.1-ПК1.6, ПК 2.1, ПК2,3, ПК2,6	Продукт (портфолио) Процесс (защита портфолио)	Знание процесса разработки и создания дизайна рекламной продукции, уровень владения методикам и технологиями креативного мышления	Соответствие требованиям УВЗ
<p>Условия выполнения задания</p> <p>1. Место выполнения задания: аудиторная работа.</p> <p>2. Время выполнения: 6 час.</p> <p>3. Критерии оценки: умение анализировать информацию, логически мыслить и творчески подходить к решению поставленной задачи, выбирать оптимальный вариант решения профессиональной задачи.</p>			

ВЕДОМОСТЬ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ
в форме дифференцированного зачета по
УП.01.01 Учебная практика

№ п/п	Фамилия, имя и отчество аттестуемого	Отметка	Подпись руководителя практики
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			
6.			
7.			
8.			
9.			
10.			
11.			
12.			

Подпись руководителя практики _____ /Осколкова Е.А./

Подпись руководителя отделения _____ /_____./

« ___ » _____ 20__ г.

3 КОМПЛЕКТ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО УП.02 «ПРОИЗВОДСТВО РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ»

3.1 Требования к результатам освоения учебной практики УП.02.01

В результате промежуточной аттестации по учебной практике осуществляется комплексная оценка профессиональными и общими компетенциями.

КОС позволяет оценить приобретенные на учебной практике

практический опыт:

- ПО1 выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта;
- ПО 2 построения модели (макета, сценария) объекта с учетом выбранной технологии;
- ПО3 подготовки к производству рекламного продукта;
- ПО4 производства рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков.

Вариативная часть:

- ПО5 разработки выставочной экспозиции;
- ПО6 создания, конвертации и редактирования мультимедийных данных;
- ПО7 объединения мультимедийной информации в единый рекламный продукт.
- ПО8 создания и редактирования рекламной фотографии;
- ПО9 фотосъемки в разных жанрах.
- ПО10 создания, редактирования и монтажа видео.

умения:

- У1 осуществлять фотосъемку для производства рекламного продукта;

- У2 осуществлять видеосъемку для производства рекламного продукта;
- У3 использовать компьютерные технологии при создании печатного рекламного продукта;
- У4 разрабатывать сценарии для съемок и монтажа рекламы;
- У5 использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки графики, аудио-, видео-, анимации;
- У6 использовать мультимедийные и web-технологии для разработки и внедрения рекламного продукта;

Вариативная часть:

- У7 осуществлять проектирование выставочного стенда;
- У8 создавать и редактировать мультимедийные данные;
- У9 использовать программные продукты для решения задач по созданию конкретного рекламного продукта;
- У10 применять технические и программные средства для создания и редактирования рекламной фотографии;
- У11 приемы профессиональной ретуши фотоматериалов для создания рекламной продукции.
- У12 применять технические средства для создания рекламного видео;
- У13 применять программное обеспечение для редактирования и монтажа рекламного видео;
- У14 способы создания и редактирования аудиоматериала.

Виды работ по учебной практике и проверяемые результаты обучения по профессиональному модулю ПМ.02 «Производство рекламной продукции».

Виды работ	Коды проверяемых результатов (ПК, ОК, ПО, У)
Создание отдельных элементов рекламного продукта.	ПК 2.3 ОК 1-5,9,10 ПО2, У5, У9
Создание макетов рекламного продукта.	ПК 2.1 ОК 1-5,9,10 ПО2, ПО7, У3, У5, У9
Подбор и использование основных изобразительных и программных средств	ПК 2.1 ОК 1-5,9,10 ПО1, У3, У5, У9
Использование специализированных графических редакторов для создания макета рекламного продукта	ПК 2.2 ОК 1-5,9,10 ПО2, ПО3, ПО6, У3
Подбор и использование оборудования для осуществления рекламной фотосъемки.	ПК 2.3 ОК 1-5,9,10 ПО1, У1
Проведение рекламной фотосъемки.	ПК 2.1 ОК 1-7,9,10 ПО1, ПО9 У1, У10
Осуществление макетирования и верстки многостраничного издания	ПК 2.2 ОК 1-5,9,10 ПО2, ПО3, ПО6, ПО7, ПО8, У3, У11
Создание и исполнение макета в материале	ПК 2.3 ОК 1-5,9,10 ПО2, ПО3, ПО4, ПО7, У5, У10
Написание сценария, построение раскадровки аудиовизуального рекламного продукта	ПК 2.2 ОК 1-5,9,10 ПО2, ПО4, У4
Подбор и использование оборудования для осуществления видеосъемки.	ПК 2.1 ОК 1-5,9,10 ПО3, ПО6, ПО10, У2, У12, У14
Проведение видеосъемки.	ОК 1-7,9,10 ПО4, ПО10, У2, У8, У12
Использование специализированных редакторов для создания аудиовизуального рекламного продукта	ПК 2.2 ПО2, ПО4, ПО10, У5, У6, У8, 9, У13, У14

3.2 Рубежный и промежуточный контроль и оценка освоения учебной практики ПМ.02 «Производство рекламной продукции» по разделам и темам

№ раздела и темы	Наименование разделов и тем	Проверяемые знания (З) и умения (У)	Проверяемые компетенции	№ задания	Формулировка задания
Раздел 1	Создание векторных иллюстраций				
Тема 1.1	Разработка эмблем (компании, мероприятия, команды)	33, 35, 37, 38 У3, У5, У9	ПК 2.2 ОК 1-5,9,10 с	№ 1	Разработать идею и эскизное решение эмблемы для компании, мероприятия, команды.
Тема 1.2	Создание паттернов			№ 2	Разработать бесшовные фирменные паттерны для оформления упаковочной продукции.
Тема 1.3	Создание корпоративного героя			№ 3	Разработать корпоративного героя для предложенного объекта рекламирования.
Тема 1.4	Создание корпоративной открытки			№ 4	Создать макет корпоративной открытки. Подготовить файл к печати.
Тема 1.5	Создание оформительской графики			№ 5	Разработать элементы оформления фирменной рекламной продукции.
Тема 1.6	Создание деловой графики			№ 6	Разработать инфографику по предложенной теме.
Раздел 2	Создание растровых иллюстраций				
Тема 2.1	Фотосъемка рекламных моделей	З 1, 33, 35, 37-11 У 1, У3,	ПК 2.1-2.3 ОК 1-7,9,10	№ 7	Подготовить и провести фотосъемку рекламных моделей.

Тема 2.2	Рекламная предметная съемка	У5, У9-11		№ 8	Подготовить и провести предметную съемку	
Тема 2.3	Редактирование фотографий				№ 9	Осуществить редактирование фотографий, выполненных по темам 2.1, 2.2
Тема 2.4	Создание коллажей рекламного характера				№ 10	Разработать макеты рекламных материалов, используя подготовленный ранее фотоматериал.
Тема 2.5	Стилизация рекламных обращений				№ 11	Осуществить обработку фотографий в определенном стиле.
Раздел 3	Создание многостраничного иллюстрированного издания					
Тема 3.1	Подготовка иллюстративного материала	3 1, 3, 35, 37, 38	ПК 2.2 ОК 1-5,9,10	№ 12	Проект многостраничной публикации рекламного, информационного характера. Публикация должна иметь стандартную структуру (обложка, оглавление, содержание). В процессе работы студент работает над составлением текстов, подготовкой и созданием иллюстраций, разрабатывает дизайн публикации, создает шаблоны оформления, стили форматирования текстов, макет публикации.	
Тема 3.2	Разработка дизайна многостраничного иллюстрированного издания					
Тема 3.3	Макетирование и верстка					
Тема 3.4	Спуск полос. Предпечатная подготовка					
Тема 3.5	Вывод на печать. Сборка. Презентация готового продукта					
Раздел 4	Разработка демонстрационных и рекламно -информационных материалов					
Тема 4.1	Создание учебных плакатов.	3 1, 3, 35-9	ПК 2.1, 2.2	№ 13	Разработать учебные плакаты.	
Тема 4.2	Создание буклета «Путеводитель по колледжу»	У 1, 3, У5-11	ОК 1-5,9,10	№ 14	Создать макет буклета «Путеводитель по	

					колледжу», Подготовить текстовый и иллюстративный материал, создать дизайн буклета.
Тема 4.3	Создание фотоальбома «Красота родного края»			№ 15	Выполнить макет фотоальбома «Красота родного края».
Раздел 5	Разработка проекта арт -объекта (для фотозоны колледжа)				
Тема 5.1	Концепция проекта. Материалы и технологии изготовления	З 1, 3, 35-9 У 1, 3, У5- 11	ПК 2.1, 2.2 ОК 1-5,9,10	№ 16	Разработать проект арт-объекта для Колледжа-интерната. Выполнить макет арт-объекта в масштабе 1:10
Тема 5.2	Эскиз проекта				
Тема 5.3	Выполнение в материале, в масштабе 1:10				
Раздел 6	Создание аудиовизуальной рекламы				
Тема 6.1	Видеопрезентация на свободную тему	З 2, 3 3, 3 5, 37, 311 У 2, У 4, У5, У 9, У 12-14	ПК 2.1-2.3 ОК 1-7,9,10	№ 17	Создать видеопрезентацию на свободную тему (например, представить зрителям любимую книгу или фильм, рассказать о родном городе и т.п.)
Тема 6.2	Рекламная заставка для колледжа.			№ 18	Создать рекламную заставку для колледжа (текст, иллюстрации)
Тема 6.3	Ролик по специальности/проф ессии колледжа			№ 19	Создать рекламный ролик по выбранной специальности/проф ессии.
Тема 6.4	Рекламный ролик для колледжа			№ 20	Создать рекламный ролик для колледжа.
Раздел 7	Разработка авторского рекламного проекта				
Тема 7.1	Концепция авторского рекламного проекта. Техническое задание	З 1-11 У 1-14	ПК 2.1-2.3 ОК 1-7,9,10	№ 21	Разработать проект авторской рекламы для предложенного объекта.
Тема 7.2	Выполнение авторского				

	рекламного проекта				
	Промежуточная аттестация. Дифференцированный зачет	З 1-11 У 1-14	ПК 2.1-2.3 ОК 1-7,9,10	-	Подготовка портфолио работ. Защита портфолио.

Текущий контроль результатов прохождения учебной практики в соответствии с рабочей программой и календарно-тематическим планом практики происходит при использовании следующих обязательных форм контроля:

- ежедневный контроль посещаемости практики (с отметкой в журнале практики),
- наблюдение за выполнением видов работ на практике (в соответствии с календарно-тематическим планом практики),
- контроль качества выполнения видов работ на практике (уровень владения ПК и ОК при выполнении работ оценивается в аттестационном листе - характеристике с практики),

Дифференцированный зачет по учебной практике выставляется на основании:

- выполнения заданий (портфолио работ по учебной практике).

Оценка за дифференцированный зачет по практике определяется как средний балл за представленные материалы практики. Оценка выставляется по 5-ти балльной шкале.

Критерии оценки заданий

Оценка	Критерии оценки
«Отлично»	студент выполнил работу без ошибок и недочетов, допустил не более одного недочета
«Хорошо»	студент выполнил работу полностью, но допустил в ней не более одной негрубой ошибки и одного недочета, или не более двух недочетов
«Удовлетворительно»	студент правильно выполнил не менее половины работы или допустил не более двух грубых ошибок, или не более одной грубой и одной негрубой ошибки и одного недочета, или не более двух-трех негрубых ошибок, или одной

	негрубой ошибки и трех недочетов, или при отсутствии ошибок, но при наличии четырех-пяти недочетов, плохо знает текст произведения, допускает искажение фактов.
«Неудовлетворительно»	студент допустил число ошибок и недочетов превосходящее норму, при которой может быть выставлена оценка «3», или если правильно выполнил менее половины работы.

3.3 Комплект материалов для оценки освоения учебной практики

УП.02.01

Задания № 1 - 6

Раздел 1. Создание векторных иллюстраций.

Тема 1.1 Разработка эмблем (компании, мероприятия, команды)

Тема 1.2 Создание паттернов

Тема 1.3 Создание корпоративного героя

Тема 1.4 Создание корпоративной открытки

Тема 1.5 Создание оформительской графики

Тема 1.6 Создание деловой графики

Предмет(ы) оценивания	Объект(ы) оценивания	Показатели оценки	Критерии оценки
33, 35, 37, 38 У3, У5, У9 ПК 2.2 ОК 1-5,9,10	Продукт: Эмблема, паттерн, корпоративный герой, открытка, элементы оформительской и деловой графики	Качество исполнения макетов перечисленных продуктов. Обоснованное применение приемов построения векторных изображений. Способность к построению функционального и выразительного образа.	Соответствие требованиям (см. УВЗ)
(УВЗ) Условия выполнения задания			
1. Место выполнения задания: аудиторная самостоятельная работа.			
2. Критерии оценки:			
- выразительность и гармоничность композиции;			
- правильность применения инструментов векторной графики;			
- соответствие макетов техническим требованиям.			

Текст задания:

1. Разработать идею и эскизное решение эмблемы для компании, мероприятия, команды.

2. Разработать бесшовные фирменные паттерны для оформления упаковочной продукции.
3. Разработать корпоративного героя для предложенного объекта рекламирования.
4. Создать макет корпоративной открытки. Подготовить файл к печати.
5. Разработать элементы оформления фирменной рекламной продукции.
6. Разработать инфографику по предложенной теме.

Задания № 7-11

Раздел 1. Создание растровых иллюстраций. Применение техник и технологий создания рекламной фотографии.

Тема 1.1 Разработка эмблем (компании, мероприятия, команды)

Тема 1.2 Создание паттернов

Тема 1.3 Создание корпоративного героя

Тема 1.4 Создание корпоративной открытки

Тема 1.5 Создание оформительской графики

Тема 1.6 Создание деловой графики

Предмет(ы) оценивания	Объект(ы) оценивания	Показатели оценки	Критерии оценки
З 1, З3, З5, З7-11 У 1, У3, У5, У9-11 ПК 2.1-2.3 ОК 1-7,9,10	Продукт: Фотография (серия фотографий) по заданной теме Процесс: Фотосъемка (подготовка, проведение фотосъемки различных жанров).	Обоснованное применение технических, художественных приемов создания и обработки фотографий. Способность к построению функционального и выразительного образа. Владение программными средствами обработки растровой графики. Умение разрабатывать макеты рекламной продукции (с использованием растровых изображений).	Соответствие требованиям (см. УВЗ)
(УВЗ) Условия выполнения задания 1. Место выполнения задания: аудиторная самостоятельная работа. 2. Критерии оценки: - выразительность и гармоничность композиции;			

- правильность применения инструментов растровой графики;
- соответствие макетов техническим требованиям;
- умение организовать процесс фотосъемки;
- демонстрация навыков работы с моделью;
- уровень владения аппаратными и программными средствами по созданию, редактированию растровой графики, созданию макетов рекламной продукции.

Текст задания:

1. Подготовить и провести фотосъёмку рекламных моделей.
2. Подготовить и провести предметную съёмку
3. Осуществить редактирование фотографий, выполненных по темам 2.1, 2.2
4. Разработать макеты рекламных материалов, используя подготовленный ранее фотоматериал.
5. Осуществить обработку фотографий в определенном стиле.

Задание № 12

Раздел 3. Создание многостраничного иллюстрированного издания.

Тема 3.1 Подготовка иллюстративного материала

Тема 3.2 Создание паттернов

Тема 3.3 Создание корпоративного героя

Тема 3.4 Создание корпоративной открытки

Тема 3.5 Создание оформительской графики

Тема 3.6 Создание деловой графики

Предмет(ы) оценивания	Объект(ы) оценивания	Показатели оценки	Критерии оценки
З 1, 3, 35, 37, 38 У 1, 3, У5, У9 ПК 2.2 ОК 1-5,9,10	Продукт: Многостраничная публикация	Качество исполнения макета многостраничной публикации. Обоснованное применение приемов создания макетов многостраничной публикации. Способность к построению функционального и выразительного образа. Соблюдение технических требований к макетам многостраничных публикаций.	Соответствие требованиям (см. УВЗ)

(УВЗ) Условия выполнения задания

1. Место выполнения задания: аудиторная самостоятельная работа.

2. Критерии оценки:

- выразительность и гармоничность композиции;
- правильность применения инструментов векторной графики;
- соответствие макетов техническим требованиям;
- уровень владения программными и аппаратными средствами создания полиграфической продукции;
- верное использование шаблонов, стилей форматирования, внедрения иллюстраций в макет.

Текст задания:

Основная программа: InDesign

Вспомогательные программы: Illustrator, Photoshop

Вашему вниманию предлагается разработать и подготовить к печати каталог продукции с обложкой, включающей разработанный элемент авторской графики на обложке, предложенные иллюстрации для текста и текст с соблюдением правил верстки и психологического восприятия соответствующей целевой аудитории.

Необходимая информация для работы:

1. Текст для обложки – файл «текст для обложки» в папке «Медиа»
2. Текст для внутреннего блока – файл «текст для внутреннего блока» в папке «Медиа»
3. Иллюстрации в папке «Медиа»
4. Логотип в папке медиа

Обязательные элементы продукта

1. Обложка:
 - a. Название магазина на лицевой стороне обложки из файла «текст на обложке»
 - b. Логотип
 - c. Одна иллюстрация
2. Внутренний блок:
 - a. Текст в полном объеме из файла «текст для внутреннего блока»
 - b. Колонцифры
 - c. Иллюстрации
 - d. Рубрики

Технические параметры создания продукта

1. Обложка (4+0):
 - a. Формат брошюры (130 x 200 мм)
 - b. Цветовая модель CMYK
 - c. Припуски под обрезку 5мм
 - d. Overprint при использовании черного цвета
 - e. Разрешение иллюстрации 300 dpi
2. Внутренний блок (4+0):
 - a. Формат (130 x 200 мм)
 - b. Цветовая модель CMYK
 - c. Припуски под обрезку 5 мм

- d. Разрешение иллюстраций, представленных в 300dpi
- e. Overprint при использовании черного цвета
- f. Использование таблицы стилей
- g. Использование шаблона страниц

Технические параметры сохранения к печати:

1. Обложка:
 - a. Рабочий файл под названием «обложка»
 - b. Файл PDF-X/1a: 2001 под названием «обложка»
 - c. ICC profile: Coated Fogra 39
 - d. Метки реза с учетом припусков под обрезку
 - e. Линкованность вставленных элементов
2. Внутренний блок:
 - a. Рабочий файл под названием «внутренний блок»
 - b. Файл PDF-X/1a: 2001 под названием «внутренний блок»
 - c. ICCprofile: CoatedFogra 39
 - d. Метки реза с учетом припусков под обрезку
 - e. Линкованность вставленных элементов

Задания № 13-15

Раздел 4. Разработка демонстрационных и рекламно-информационных материалов.

Тема 4.1 Создание учебных плакатов.

Тема 4.2 Создание буклета «Путеводитель по колледжу».

Тема 4.3 Создание фотоальбома «Красота родного края».

Предмет(ы) оценивания	Объект(ы) оценивания	Показатели оценки	Критерии оценки
З 1, 3, 35-9 У 1, 3, У5-11 ПК 2.1, 2.2 ОК 1-5,9,10	Продукт: Плакат, буклет, фотоальбом	Качество исполнения макета. Обоснованное применение приемов создания макетов. Способность к построению функционального и выразительного образа. Соблюдение технических требований к макетам разного формата	Соответствие требованиям (см. УВЗ)
(УВЗ) Условия выполнения задания			
1. Место выполнения задания: аудиторная самостоятельная работа.			
2. Критерии оценки:			
- выразительность и гармоничность композиции;			
- правильность применения инструментов векторной графики;			
- соответствие макетов техническим требованиям;			

- уровень владения программными и аппаратными средствами создания полиграфической продукции;
- верное использование шаблонов, стилей форматирования, внедрения иллюстраций в макет;
- выбор графического, текстового, цветового и стилевого решения продукта в зависимости от цели его использования и особенностей восприятия целевыми аудиториями.

Текст задания:

Разработать макеты полиграфической продукции:

- буклет (с 1 или 2 сгибами, формат А4);
- плакат (формат от А2);
- фотоальбом (формат не менее А5, ориентация и количество страниц на выбор студента);

Макеты выполнить в любом графическом редакторе.

Сохранять макеты нужно как рабочие файлы и файлы просмотра

Задание № 16

Раздел 5. Разработка проекта арт-объекта (для фотозоны колледжа).

Тема 5.1 Концепция проекта. Выбор материалов и технологии изготовления.

Тема 5.2 Создание буклета «Путеводитель по колледжу».

Тема 5.3 Создание фотоальбома «Красота родного края».

Предмет(ы) оценивания	Объект(ы) оценивания	Показатели оценки	Критерии оценки
З 1, 3, 35-9 У 1, 3, У5-11 ПК 2.1, 2.2 ОК 1-5,9,10	Продукт: Арт-объект (составные элементы, пояснительная записка)	Качество исполнения макетов, в том числе в материале. Обоснованное применение приемов создания макетов. Способность к построению функционального и выразительного образа. Соблюдение технических требований к макетам разного формата. Составление сопроводительной документации проекта.	Соответствие требованиям (см. УВЗ)

(УВЗ) Условия выполнения задания

1. Место выполнения задания: аудиторная самостоятельная работа.

2. Критерии оценки:

- выразительность и гармоничность композиции;
- правильность применения инструментов векторной графики;
- соответствие макетов техническим требованиям;
- уровень владения программными и аппаратными средствами создания полиграфической продукции;
- верное использование шаблонов, стилей форматирования, внедрения иллюстраций в макет;
- выбор графического, текстового, цветового и стилизового решения продукта в зависимости от цели его использования и особенностей восприятия целевыми аудиториями;
- обоснование выбора материалов, технологий изготовления элементов проекта;
- грамотное построение пояснительной записки проекта.

Текст задания:

Вариант задания. Фотозона для колледжа

Разработать проект арт-объекта или оформление фотозоны колледжа.

Цель использования фотозоны:

- организация места для индивидуальных/групповых съемок при проведении различных мероприятий;
- формирование узнаваемого образа колледжа-интерната, в том числе за счет элементов фотозоны или арт-объекта (также возможно использование материальных хештегов).

Проект должен включать в себя:

- описательную часть (идея фотозоны/арт-объекта; предполагаемое место размещения – постоянное или предусмотреть мобильность фотозоны; перечень необходимых материалов и видов работ (подготовка элементов, столярные/слесарные работы, покраска, подведение электричества и т.п.), примерная стоимость проекта;
- визуализация проекта (выполненная в любой технике: 3д, векторная иллюстрация, фотоколлаж).

Задание № 3:

Вариант задания. Разработать дизайн-проект оформления студенческого кафе.

Описание студенческого кафе:

- место размещения: столовая колледжа;
- мебель: барная стойка, три тумбы с деревянными панелями, 3-4 столика, телевизор;
- назначение кафе: место для отдыха, где можно посидеть за чашечкой кофе/чая с друзьями, провести какое-либо тематическое мероприятие или посмотреть кино.

Требования к дизайну:

- оформление должно формировать атмосферу уюта, элементы декора могут быть сменными (например, фотографии на тумбах можно

периодически менять, тематические фотовыставки; можно разместить меловые доски для написания меню или размещения тематических надписей/иллюстраций);

Элементы дизайна, которые вы можете предложить:

- вывеска (придумайте свое название для кафе, разместите ее на подходящей фотографии или выполните ее отдельно);

- элементы декора (предметы, которыми можно украсить стены, тумбы, столы, барную стойку и т.п.; это могут быть вазочки, арт-инсталляции, цветы, гирлянды и т.п. вещи, главное требование к элементам оформления – их доступность, в том числе по цене).

Работа может быть выполнена в программе Adobe Photoshop.

Фотографии для работы прилагаются.

Задания № 17-20

Раздел 6. Создание аудиовизуальной рекламы.

Тема 6.1 Видеопрезентация на свободную тему.

Тема 6.2 Рекламная заставка для колледжа

Тема 6.3 Ролик по специальности/профессии колледжа.

Тема 6.4 Рекламный ролик для колледжа.

Предмет(ы) оценивания	Объект(ы) оценивания	Показатели оценки	Критерии оценки
3 2, 3 3, 3 5, 37, 311 У 2, У 4, У5, У 9, У 12-14 ПК 2.1-2.3 ОК 1-7,9,10	Продукт: Рекламная заставка, рекламный ролик	Качество исполнения видеороликов. Наличие пояснительной записки, в том числе режиссерского сценария. Обоснованное применение технических приемов видеосъемки и видеомонтажа. Способность к построению функционального и выразительного образа. Соблюдение технических требований к видеопродукции разного формата.	Соответствие требованиям (см. УВЗ)
(УВЗ) Условия выполнения задания 1. Место выполнения задания: аудиторная самостоятельная работа.			

2. Критерии оценки:

- выразительность и гармоничность композиции кадра;
- правильность применения инструментов создания видео, аудио;
- соответствие видеопродукции техническим требованиям;
- уровень владения программными и аппаратными средствами создания видеопродукции;
- выбор графического, текстового, цветового и стиливого решения продукта в зависимости от цели его использования и особенностей восприятия целевыми аудиториями;
- обоснование выбора материалов, технологий изготовления элементов проекта;
- грамотное построение пояснительной записки проекта.

Текст задания:

Тема: видеопрезентация на свободную тему

Задание: создать видеопрезентацию (видеоролик) на свободную тему, продолжительность 3-5 минут.

Примерная тематика:

- рассказ о своем хобби/увлечении;
- познавательная информация (ролик об интересных фактах, личностях, событиях и т.п.).

Наполнение ролика (возможные элементы):

- фотографии;
- нарезка видео;
- анимация;
- титры;
- музыкальное сопровождение;
- дикторская начитка.

Программа для монтажа: Movavi.

Этапы выполнения работы:

- 1) Определение темы видеопрезентации
- 2) Составление режиссерского сценария ролика
- 3) Сбор и подготовка фото, видео, аудиоматериала
- 4) Монтаж ролика.

Тема: Ролик по специальности/профессии колледжа.

Задание: создать видеоролик по одной из специальностей колледжа, продолжительность 3-5 минут.

Перечень специальностей и профессий:

- 09.02.07 Информационные системы и программирование
- 12.02.08 Протезно-ортопедическая и реабилитационная техника
- 15.02.08 Технология машиностроения
- 38.02.03 Операционная деятельность в логистике
- 42.02.01 Реклама
- 11.01.02 Радиомеханик
- 12.01.07 Электромеханик по ремонту и обслуживанию электронной медицинской аппаратуры
- 15.01.30 Слесарь

- 29.01.05 Закройщик
- 54.01.10 Художник росписи по дереву
- 54.01.13 Изготовитель художественных изделий из дерева

Наполнение ролика (возможные элементы):

- фотографии, рисованные иллюстрации, инфографика;
- нарезка видео;
- анимация;
- титры;
- музыкальное сопровождение;
- дикторская начитка.

Программа для монтажа: Movavi.

Этапы выполнения работы:

- 1) Выбор специальности/профессии
- 2) Составление режиссерского сценария ролика
- 3) Сбор и подготовка фото, видео, аудиоматериала
- 4) Монтаж ролика.

Задание № 21

Раздел 7. Разработка авторского рекламного проекта.

Тема 7.1 Концепция авторского рекламного проекта. Техническое задание.

Тема 7.2 Выполнение авторского рекламного проекта.

Текста задания:

Выполнить авторский рекламный проект (серия рекламной продукции для предложенного объекта рекламирования).

Предмет(ы) оценивания	Объект(ы) оценивания	Показатели оценки	Критерии оценки
З 1-11 У 1-14 ПК 2.1-2.3 ОК 1-7,9,10	Продукт: Рекламная заставка, рекламный ролик	Качество исполнения элементов проекта. Наличие пояснительной записки и презентации проекта. Обоснованное применение технических приемов разработки и изготовления рекламного проекта и его составных элементов. Способность к построению функционального и выразительного образа. Соблюдение	Соответствие требованиям (см. УВЗ)

		технических требований к элементам проекта.	
<p>(УВЗ) Условия выполнения задания</p> <p>1. Место выполнения задания: аудиторная самостоятельная работа.</p> <p>2. Критерии оценки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выразительность и гармоничность композиции кадра; - правильность применения инструментов создания видео, аудио; - соответствие видеопродукции техническим требованиям; - уровень владения программными и аппаратными средствами создания видеопродукции; - выбор графического, текстового, цветового и стилевого решения продукта в зависимости от цели его использования и особенностей восприятия целевыми аудиториями; - обоснование выбора материалов, технологий изготовления элементов проекта; - грамотное построение пояснительной записки проекта. 			

3.4 Комплект материалов для промежуточной аттестации по учебной практике УП.02.01

Форма промежуточной аттестации: дифференцированный зачет

Защита авторского рекламного проекта.

Предмет (ы) оценивания	Объект (ы) оценивания	Показатели оценки	Критерии оценки
З 1-11 У 1-14 ПК 2.1-2.3 ОК 1-7,9,10	ПРОДУКТ Авторский рекламный проект	Качество исполнения элементов авторского рекламного проекта. Наличие пояснительно записки.	Соответствие требованиям (см. УВЗ)

(УВЗ) Условия выполнения задания

Авторский рекламный проект должен включать в себя:

1. Набор макетов, сценариев, моделей по выбранной теме (в электронном виде).
2. Пояснительную записку (обоснование выбора рекламного продукта; описание творческой концепции рекламного продукта, целевых аудиторий, предполагаемые каналы размещения рекламных продуктов, технологии их изготовления).
3. Презентация авторского рекламного проекта
4. Критерии оценки:

- обоснованность применяемых методик, техник и технологий разработки и производства рекламного продукта;

- качество исполнения макетов (сценариев, моделей);

- уровень владения программными и аппаратными средствами изготовления рекламного продукта;

- сформированность навыков презентации работы.

Требования к оформлению авторского проекта:

1. Оформить материалы в отдельную папку.
2. Папку подписать: ФИО, курс, группа.
3. Проект сдать преподавателю для экспертизы.

Защита проекта:

Студент должен хорошо владеть материалом, изложенным в проекте, быстро ориентироваться в поиске нужной информации, уверенно отвечать на вопросы.

Время защиты - 7-10 минут.

**ВЕДОМОСТЬ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ
в форме дифференцированного зачета по
УП.02.01 Учебная практика**

№ п/п	Фамилия, имя и отчество аттестуемого	Отметка	Подпись руководителя практики
7.			
8.			
9.			
10.			
11.			
12.			
13.			
14.			
15.			
16.			
17.			
18.			

Подпись руководителя практики _____ / _____ /

Подпись руководителя отделения _____ / _____ /

« ___ » _____ 201__ г.

**4 КОМПЛЕКТ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО УП.03
«МАРКЕТИНГОВОЕ И ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ РЕАЛИЗАЦИИ
РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА»**

4.1 Требования к результатам освоения учебной практики УП.03.01

В результате промежуточной аттестации по учебной практике осуществляется комплексная оценка профессиональных и общих компетенций. КОС позволяет оценить приобретенные на практике

практический опыт:

ПО1 – выявления требований целевых групп потребителей;

ПО2 – разработки средств продвижения рекламного продукта;

ПО3 – разработки маркетинговой части бизнес-плана;

умения:

У1 - проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей;

У2 - анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп;

У3 - проводить сегментирование рынка;

У4 – принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта

Виды работ учебной практики и проверяемые результаты обучения по профессиональному модулю:

Виды работ	Коды проверяемых результатов (ПК, ОК, ПО, У)
Выявление требований целевых групп потребителей	ОК 1-9 ПК 3.1 ПО 1 У1, У2
Разработка средств продвижения рекламного продукта	ОК 1-9 ПК 3.1, ПК3.2 ПО 2 У1, У2,У3, У4
Разработка маркетинговой части бизнес-плана	ОК 1-9 ПК 3.1, ПК3.2

	ПО 3 У1, У2, У3, У4
Составление рекламных текстов в соответствии с законодательством	ОК 1-9 ПК 3.1, ПК3.2 ПО 3 У1, У2, У3, У4
Выбор способов распространения рекламы в соответствии с законодательством	ОК 1-9 ПК 3.1, ПК3.2 ПО 3 У1, У2, У3, У4
Подготовка презентации	ОК 1-9 ПК 3.1, ПК3.2 ПО 3 У1, У2, У3, У4

4.2 Рубежный и промежуточный контроль и оценка освоения учебной практики ПМ.03 по разделам и темам

№ раздела и темы	Наименование разделов и тем	Проверяемые знания (З) и умения (У)	Проверяемые компетенции	№ задания	Формулировка задания
МДК 03.01 Маркетинг в рекламе					
Тема 1	Маркетинговые исследования в рекламе	У1, У2, У3 31	ОК 1-9 ПК3.1, 3.2	№1	Выявление требований целевых групп потребителей
Тема 2	Комплекс маркетинговых мероприятий в области рекламы	У1, У2, У3, У4 31, 32, 33	ОК 1-9 ПК3.1, 3.2	№2	Разработка средств продвижения рекламного продукта
Тема 3	Планирование рекламной деятельности	У1, У2, У3, У4 31, 32, 33, 34	ОК 1-9 ПК3.1, 3.2	№ 3	Разработка маркетинговой части бизнес-плана
МДК 03.02 Правовое обеспечение профессиональной деятельности					
Тема 1	Правовое регулирование социальной рекламы	У4 31	ОК 1-9 ПК3.1, 3.2	№4	Составление рекламных текстов в соответствии с законодательством
Тема 2	Правовое регулирование отдельных способов распространения рекламы	У4 31, 32, 33	ОК 1-9 ПК3.1, 3.2	№5	Выбор способов распространения рекламы в соответствии с законодательством
Тема 3	Правовое регулирование рекламы отдельных видов товаров	У4 31, 32, 33	ОК 1-9 ПК3.1, 3.2	№6	Подготовка презентации

Текущий контроль результатов прохождения учебной практики в соответствии с рабочей программой и календарно-тематическим планом практики происходит при использовании следующих обязательных форм контроля:

- ежедневный контроль посещаемости практики (с отметкой в журнале практики),
- наблюдение за выполнением видов работ на практике (в соответствии с календарно-тематическим планом практики),
- контроль качества выполнения видов работ на практике (уровень владения ПК и ОК при выполнении работ оценивается в аттестационном листе - характеристике с практики),

Дифференцированный зачет по учебной практике выставляется на основании:

- выполнения контрольно-проверочного задания,
- данных аттестационного листа-характеристики (характеристики профессиональной деятельности студента на практике) с указанием видов работ, выполненных обучающимся во время практики, их объема, качества выполнения в соответствии с технологией и (или) требованиями организации, в которой проходила практика.

Оценка за дифференцированный зачет (зачет) по практике определяется как средний балл за представленные материалы с практики и оценки за контрольно-проверочное задание. Оценка выставляется по 5-ти балльной шкале.

ДЗ проходит в форме *защиты отчета по практике с иллюстрацией материала (презентации) и выполнения практического задания.*

Контрольные вопросы к зачету

1. Выявление требований целевых групп потребителей
2. Разработка анкеты для исследования целевых групп потребителей
3. Проведение анкетирования целевых групп потребителей
4. Анализ результатов анкетирования целевых групп потребителей
5. Разработка маркетинговой части бизнес-плана
6. Разработка средств продвижения рекламного продукта
7. Оформление договорной документации с учетом законодательства в сфере рекламы
8. Составление отчета по маркетингу

Темы индивидуальных заданий

1. Особенности телевизионной рекламы.
2. Особенности наружной рекламы.
3. Особенности печатной (полиграфической) рекламы.
4. Реклама и общество.
5. Особенности и этапы организации рекламы в прессе.
6. Разработка рекламной кампании фирмы.
7. Роль и назначение рекламы в обществе.
8. Реклама и общество.
9. Разработка рекламной кампании фирмы.
10. Разработка рекламной кампании услуг.

11. Модели психологического влияния рекламы.
12. Основные этапы развития рекламы в мире и в России.
13. Технология процесса разработки рекламного обращения.
14. Организация рекламы в магазине.
15. Классификация рекламы.
16. Основные функции рекламы в обществе.
17. Особенности рекламы услуг.
18. Особенности компьютеризированной рекламы.
19. Особенности рекламы на радио.
20. Структура рекламного обращения.
21. Основные цели, задачи и функции рекламы.
22. Медиапланирование рекламы.
23. Психология воздействия и восприятия рекламного обращения.
24. Новые технологии в рекламе.
25. Формирование эффективных рекламных коммуникаций.
26. Содержание рекламного обращения.

Критерии оценки контрольно-проверочного задания

Оценка	Критерии оценки
«Отлично»	студент выполнил работу без ошибок и недочетов, допустил не более одного недочета
«Хорошо»	студент выполнил работу полностью, но допустил в ней не более одной негрубой ошибки и одного недочета, или не более двух недочетов
«Удовлетворительно»	студент правильно выполнил не менее половины работы или допустил не более двух грубых ошибок, или не более одной грубой и одной негрубой ошибки и одного недочета, или не более двух-трех негрубых ошибок, или одной негрубой ошибки и трех недочетов, или при отсутствии ошибок, но при наличии четырех-пяти недочетов, плохо знает текст произведения, допускает искажение фактов.
«Неудовлетворительно»	студент допустил число ошибок и недочетов превосходящее норму, при которой может быть выставлена оценка «3», или если правильно выполнил менее половины работы.

5 КОМПЛЕКТ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО УП.04 «ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОЦЕССОМ ИЗГОТОВЛЕНИЯ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА»

5.1 Требования к результатам освоения учебной практики УП.04.01

В результате промежуточной аттестации по учебной практике осуществляется комплексная оценка профессиональных и общих компетенций. КОС позволяет оценить приобретенные на практике

практический опыт:

ПО1 – планирования, разработки и технического исполнения рекламного проекта;

ПО2 – контролирования соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя;

ПО3 – взаимодействия с субъектами рекламной деятельности;

ПО4 – подготовки документации для регистрации авторских прав.

умения:

У1 - составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта;

У2 - работать с рекламой в средствах массовой информации;

У3 - проводить процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком;

У4 - проводить презентацию рекламного продукта;

У5 - подготавливать авторскую документацию для регистрации авторских прав.

Виды работ практики и проверяемые результаты обучения по профессиональному модулю:

Виды работ	Коды проверяемых результатов (ПК, ОК, ПО, У)
Планирование деятельности менеджера. Составление схем ОСУ на основе штатного расписания	ПО3 ПК 4.1, ПК 4.2, ПК4.3 ОК 2, ОК4, ОК10 У 1, У3, У4
Выбор управленческих решений в конкретных ситуациях. Распределение полномочий и ответственности. Мотивация персонала к трудовой деятельности.	ПО3 ПК 4.1, ПК 4.2, ПК4.3 ОК 2, ОК4, ОК10 У 1, У3, У4
Конфликтные ситуации и пути их разрешения. Составление плана проведения совещания, переговоров, беседы.	ПО3 ПК 4.1, ПК 4.2, ПК4.3 ОК 2, ОК3, ОК4, ОК6, ОК10 У 1, У3, У4
Калькулирование затрат на изготовление различных видов рекламы	ПО 1 ПК 4.1, ПК 4.2, ПК4.3 ОК 2, ОК4, ОК10 У 1, У5
Разработка бюджета в рекламной деятельности	ПО 1, ПО2, ПО 3 ПК 4.1, ПК 4.2, ПК4.3 ОК 2, ОК 3, ОК4, ОК10 У 1, У5
Расчет экономической эффективности рекламной деятельности	ПО 1, ПО2, ПО 3 ПК 4.1, ПК 4.2, ПК4.3 ОК 2, ОК 3, ОК4, ОК10 У 1, У5

5.2 Рубежный и промежуточный контроль и оценка освоения учебной практики ПМ.04 по разделам и темам.

№ раздела и темы	Наименование разделов и тем	Проверяемые знания (З) и умения (У)	Проверяемые компетенции	Формулировка задания
МДК 04.01	Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности			
Раздел 1.1	Менеджмент			
Тема 1	Организационное проектирование	32,36; 37 У3.	ОК.2,ОК4,ОК5. ПК 4.1, 4.2	Подготовка и презентация ОС и ОСУ.
Тема 2	Управленческое общение.	32,36; 37 У3.	ОК7,ОК6, ПК	Практический тренинг.
Тема 3	Технология организации и проведения делового совещания	32,36; 37 У3.	ОК.2,ОК4,ОК5. ПК 4.1, 4.2	Подготовка и проведение совещания, составление презентации
Раздел 1.2	Экономические основы рекламной деятельности			
Тема 1	Издержки производства в рекламе	31,32, 33, 34 У1, У2	ОК -1, 5,7 ПК 4.1, 4.2, 4.3	Составить калькуляцию затрат на изготовление рекламного буклета
Тема 2	Бюджет в рекламной деятельности	31,32, 33, 34 У1, У2	ОК -1, 5,7 ПК 4.1, 4.2, 4.3	Разработка бюджета в рекламной деятельности
Тема 3	Экономическая эффективность рекламной деятельности	31,32, 33, 34 У1, У2	ОК -1, 5,7 ПК 4.1, 4.2, 4.3	Расчет экономической эффективности рекламной деятельности

Текущий контроль результатов прохождения учебной практики в соответствии с рабочей программой и календарно-тематическим планом практики происходит при использовании следующих обязательных форм контроля:

- ежедневный контроль посещаемости практики (с отметкой в журнале практики),
- наблюдение за выполнением видов работ на практике (в соответствии с календарно-тематическим планом практики),

- контроль качества выполнения видов работ на практике (уровень владения ПК и ОК при выполнении работ оценивается в аттестационном листе - характеристике с практики),

Дифференцированный зачет по учебной практике выставляется на основании:

- выполнения контрольно-проверочного задания,
- данных аттестационного листа-характеристики (характеристики профессиональной деятельности студента на практике) с указанием видов работ, выполненных обучающимся во время практики, их объема, качества выполнения в соответствии с технологией и (или) требованиями организации, в которой проходила практика.

Оценка за дифференцированный зачет по практике определяется как средний балл за представленные материалы с практики и оценки за контрольно-проверочное задание. Оценка выставляется по 5-ти балльной шкале.

6 КОМПЛЕКТ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО УП.05 «АГЕНТ РЕКЛАМНЫЙ»

6.1 Требования к результатам освоения учебной практики УП.05.01

В результате промежуточной аттестации по учебной практике осуществляется комплексная оценка профессиональных и общих компетенций. КОС позволяет оценить приобретенные на практике

практический опыт:

- ПО1 ведения переговоров с заказчиком;
- ПО2 использования офисной оргтехники, информационных и коммуникационных технологий при получении и оформлении заказа;
- ПО3 оформления договорной и финансовой документации при работе с заказчиком;
- ПО4 организации связи со средствами массовой информации;
- ПО5 работы в рекламных акциях в качестве исполнителя;
- ПО6 использования современных информационных и коммуникационных средств продвижения рекламы;

умения:

- У1 контактировать с заказчиками рекламного продукта и вести переговоры с заказчиком;
- У2 осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг;
- У3 выбирать и использовать различные виды средств распространения рекламы;
- У4 проводить основные мероприятия связей с общественностью;
- У5 применять средства связи;
- У6 использовать способы оперативной полиграфии;
- У7 использовать вычислительные средства в рекламной деятельности;

6.2 Рубежный и промежуточный контроль и оценка освоения учебной практики ПМ 05 «Агент рекламный» по разделам и темам.

№ раздела и темы	Наименование разделов и тем	Проверяемые знания (З) и умения (У)	Проверяемые компетенции	№ задания	Формулировка задания
Раздел 1	Профессия «Агент рекламный»				
Тема 1.1	Сфера деятельности агента рекламного	У1, У2, 31,32,7	ОК (2 - 5) ПК 5.2, 5.4, 5.6	№1	- разработать презентацию «Сфера деятельности рекламного агента»
Раздел 2	Технология продаж рекламных услуг				
Тема 2.1	Подготовка к продажам	У3, У5, У6, 31	ОК (3 - 5) ПК 5.1 - 5.2	№2	- составить таблицу «Продажи как процесс». Проанализировать текст, логично и последовательно представить процесс в форме таблицы
Тема 2.2	Позиционирование на рынке Поиск потенциальных клиентов	У2, У3, У6, 31, №2	ОК (3 – 5) ПК 5.1, ПК 5.2	№ 3	- выполнить практическое задание «Позиционирование на рынке и определение потенциального покупателя»;
Тема 2.3	Поиск потенциальных клиентов	У2, 33	ОК (2 – 5) ПК 5.1	№ 4	Составить критерии оценки, сделать правильный выбор - выполнить практическое задание «Составление перспективного перечня клиентов». Сопоставить информацию, проанализировать, выбрать оптимальный вариант
Раздел 3	Разработка предложения				
Тема 3.1	Разработка простого текстового	У3, У6, У7, 31 – 3-4	ОК (1 – 5) ПК 5.1 –	№ 5	- выполнить практическое задание

	предложения		5.2		«Разработка тактики продаж рекламных площадей конкретным клиентам». Разработать предложение конкретным рекламодателям
	Дифференцированный зачет	У5, У7 3 3 - 4	ОК (1 - 11) ПК 5.1 – 5.6		Защита портфолио

Текущий контроль результатов прохождения учебной практики в соответствии с рабочей программой и календарно-тематическим планом практики происходит при использовании следующих обязательных форм контроля:

- ежедневный контроль посещаемости практики (с отметкой в журнале практики),
- наблюдение за выполнением видов работ на практике (в соответствии с календарно-тематическим планом практики),
- контроль качества выполнения видов работ на практике (уровень владения ПК и ОК при выполнении работ оценивается в аттестационном листе - характеристике с практики),

Дифференцированный зачет по учебной практике выставляется на основании:

- выполнения заданий,
- данных аттестационного листа-характеристики (характеристики профессиональной деятельности студента на практике) с указанием видов работ, выполненных обучающимся во время практики, их объема, качества выполнения в соответствии с технологией и (или) требованиями организации, в которой проходила практика.

Оценка за дифференцированный зачет по практике определяется как средний балл за представленные материалы практики. Оценка выставляется по 5-ти балльной шкале.

Критерии оценки заданий

Оценка	Критерии оценки
«Отлично»	студент выполнил работу без ошибок и недочетов, допустил не более одного недочета
«Хорошо»	студент выполнил работу полностью, но допустил в ней не более одной негрубой ошибки и одного недочета, или не более двух недочетов
«Удовлетворительно»	студент правильно выполнил не менее половины работы или допустил не более двух грубых ошибок, или не более одной грубой и одной негрубой ошибки и одного недочета, или не более двух-трех негрубых ошибок, или одной негрубой ошибки и трех недочетов, или при отсутствии ошибок, но при наличии четырех-пяти недочетов, плохо знает текст произведения, допускает искажение фактов.
«Неудовлетворительно»	студент допустил число ошибок и недочетов превосходящее норму, при которой может быть выставлена оценка «3», или если правильно выполнил менее половины работы.

6.3 Комплект материалов для оценки освоения учебной практики УП.05.01

ЗАДАНИЕ № 1

Раздел I . Профессия - Агент рекламный

Тема 1.1 Сфера деятельности агента рекламного

Текст задания:

1. Создать презентацию по теме «Сфера деятельности агента рекламного».
2. Подготовить краткое выступление и презентовать его.

Предмет(ы) оценивания	Объект(ы) оценивания	Показатели оценки	Критерии оценки
3 1, 3 2; 37 У 1, У 2	Результат создания: презентация	Качество выполненной работы: профессионализм изложения информации, соответствие тематике, целостность, стиль оформления, объём, творческий подход, рациональность использования времени, презентационные навыки.	Соответствие требованиям УВЗ

Условия выполнения задания:

1. Место выполнения задания: мастерская № 304.
2. Максимальное время выполнения задания: 6 часов.
3. Использовать теоретический материал: «Работа рекламного агента», «Должностная инструкция агента рекламного».
4. Объём презентации: не менее 10 слайдов.
5. Работа выполняется в программе Майкрософт PowerPoint.

ЗАДАНИЕ № 2**Раздел II. Технология продаж рекламных услуг****Тема 2.1 Подготовка к продажам****Текст задания:**

1. Проанализировать представленную информацию по теме «Продажи – как процесс».
2. Представить процесс получения заказа в форме таблицы, где последовательно и логично представлены этапы получения заказа и действия агента на каждом этапе.

Предмет(ы) оценивания	Объект(ы) оценивания	Показатели оценки	Критерии оценки
У 3; У5, У6 З 1, 37	Результат создания: Таблица уровень мыслительных процессов	Качество выполненной работы: самостоятельное планирование деятельности, правильное определение цели и задач организации профессиональной деятельности на основе знания программного материала, соблюдение логичности, последовательности изложения материала, рациональность использования времени.	Соответствие требованиям УВЗ

Условия выполнения задания

1. Место выполнения задания: мастерская № 304.
2. Максимальное время выполнения задания: 6 часов:
3. Использовать теоретический материал: «Продажи рекламных площадей в газете».
4. Работа выполняется в программе Майкрософт Офис.

ЗАДАНИЕ № 3**Раздел II. Технология продаж рекламных услуг****Тема 2.2 Позиционирование на рынке****Текст задания:**

1. Исходя из условий и элементов успешных продаж определите рекламодателей предлагаемых изданий.
2. Письменно ответьте на вопросы.

Предмет(ы) оценивания	Объект(ы) оценивания	Показатели оценки	Критерии оценки
У 2; У3, У6 31, 3 3	уровень мыслительных и логистических процессов.	умение сопоставлять критерии товарности рекламоносителя и выбор потенциального покупателя, рациональность использования времени	Соответствие требованиям УВЗ

Условия выполнения задания:

1. Место выполнения задания: мастерская № 304.
2. Максимальное время выполнения задания: 6 часов.
3. Использовать теоретический материал: «Продажи рекламных площадей в газете».
4. Работа выполняется в программе Майкрософт Офис.

Позиционирование на рынке и определение потенциального покупателя

Задание:

1. Исходя из условий и элементов успешных продаж определите рекламодателей предлагаемых изданий:

Издание	Преимущества	Рекламодатели
1. Газета «Зной»	Большой тираж в сельской местности	
2. Газета «Перекрёсток»	Самая большая подписка в центральной части города	
3. Газета «Новости образования»	Читательская аудитория – преподаватели	
4. Журнал «Абрис»	Качественная полиграфия	
5. Газета «День»	Популярная городская газета	
6. Газета «Коммерческий листок»	Аудитория деловых людей самая обширная.	
7. Журнал «Прыжок»	Читательская аудитория - любители спорта	
8. Газета «Ваш «Вестник»	Издаётся самым большим тиражом в области.	
9. Газета «Вишнёвый сад»	Самое популярное издание у садоводов – любителей.	
10. Журнал «Дом»	Читательская аудитория – женщины.	

11. Журнал «Охота и рыбалка»	Читательская аудитория – любители охоты и рыбалки	
12. Журнал «Супермен»	Читательская аудитория – мужчины	

2. Ответьте письменно на вопросы:

1. Какова главная задача агента на этапе позиционирования?
2. Что такое условия и элементы успешных продаж?
3. Исходя, из каких критериев вы подбирали рекламодателя для каждого издания?
4. Сделайте вывод по теме: важность и необходимость позиционирования.

ЗАДАНИЕ № 4

Раздел II. Технология продаж рекламных услуг

Тема 2.3 Составление перспективного перечня клиентов

Текст задания:

1. На основе имеющихся данных составьте перспективный перечень клиентов. В каком порядке вы расставите эти компании? Объясните почему?

Предмет(ы) оценивания	Объект(ы) оценивания	Показатели оценки	Критерии оценки
У 2; 3 1; 3 2	уровень мыслительных и логистических процессов.	умение сопоставлять информацию, анализировать, выбирать оптимальный вариант,	Соответствие требованиям УВЗ

Условия выполнения задания:

1. Место выполнения задания: мастерская № 304.
2. Максимальное время выполнения задания: 6 часов.
3. Использовать теоретический материал: «Продажи рекламных площадей в газете».
4. Работа выполняется в программе Майкрософт Офис.

Составление перспективного перечня клиентов

Задание: На основе имеющихся данных составьте перспективный перечень клиентов. В каком порядке вы расставите эти компании? Объясните почему?

У агента в базе данных есть следующие клиенты – фирмы:

Компас. Не давал раньше рекламу в прессе, но использовал радио, наружную рекламу.

Беркут. Давал раньше модульную рекламу в газете агента, но через другого сотрудника.

Союз-4. Не давал раньше рекламу в газете агента, но в этой компании работает рекламным менеджером сосед агента.

ПроСиЭм. Давал раньше рекламу только в разделе рубричных объявлений.

ДДС. Не давал раньше рекламу в газете агента.

Корвет. Не давал раньше рекламу в газете агента. По слухам готовится к рекламной кампании.

Все звёзды. Не давал раньше вообще рекламу, так как только открылся в регионе как местный филиал национальной компании.

ОМО-С. Давал раньше модульную рекламу в газете через агента.

Вербекс. Давал рекламу только на телевидении.

ЗАДАНИЕ № 5

Раздел III. Разработка предложения

Тема 3.1 Разработка простого текстового предложения

Текст задания: На основе выполненного задания №3, разработайте текстовое предложение клиентам каждого издания.

Предмет(ы) оценивания	Объект(ы) оценивания	Показатели оценки	Критерии оценки
У 3, У6, У7; З 1- 3 4	Знание композиции составления рекламного текста, уровень мыслительных процессов, уровень развития творческого мышления.	умение анализировать информацию, применять различные варианты составления композиции рекламного обращения нестандартно мыслить, принимать решение, творчески подходить к постановке целей и задач.	Соответствие требованиям УВЗ
Условия выполнения задания: <ol style="list-style-type: none">1. Место выполнения задания: мастерская № 304.2. Максимальное время выполнения задания: 6 часов.3. Использовать теоретический материал: «Продажи рекламных площадей в газете», «Правила составления текстовых обращений»4. Работа выполняется в программе Майкрософт Офис.			

6.4 Комплект материалов для промежуточной аттестации по учебной практике УП.05.01

Форма промежуточной аттестации: дифференцированный зачет

Решение ситуационных задач

Текст задания: На основе ситуаций, сложившихся на рынке агента разработать предложение для каждого рекламодателя.

Предмет(ы) оценивания	Объект(ы) оценивания	Показатели оценки	Критерии оценки
У1-У3, 31, 33,34 ПК1.1-ПК1.6, ПК 2.1, ПК2,3, ПК2,6	Знание процесса продажи рекламных услуг, уровень мыслительных и логистических процессов	умение анализировать информацию, логически мыслить, вести переговоры с заказчиком, работать в качестве посредника, импровизировать во время продаж, выбирать оптимальный вариант продажи	Соответствие требованиям УВЗ
<p>Условия выполнения задания</p> <p>1. Место выполнения задания: мастерская № 304.</p> <p>2. Время выполнения: 6 час.</p> <p>3. Использовать теоретический материал: «Продажи рекламных площадей в газете».</p> <p>4. Работа выполняется в программе Майкрософт Офис.</p>			

Разработка предложения

Для того, чтобы разработать предложение тому или иному клиенту, необходимо представить или воссоздать реальные ситуации, которые встречаются в повседневной агентской практике. Ситуации могут быть разными (как обычно и бывает в реальной жизни): различные компании и разные люди, их представляющие, и соответственно различные потребности и различные подходы к продажам. Необходимо занимать позицию не только агента, но и выполнять роль рекламодателя.

На рынке агента сложились следующие ситуации:

1. Агент газеты и хозяин магазина спортивных товаров. Ранее этот рекламодатель размещал рекламу на местном радио и на кабельном телевидении, но, ни разу в газетах. Агент ни разу не встречался с хозяином магазина и его сотрудниками ранее.

2. Агент газеты и менеджер по рекламе городской сети продуктовых магазинов. Эта компания давала рекламу в газете агента ранее, но всегда по инициативе менеджера по рекламе и никогда по предложению газеты. Агент знает, что менеджер часто посещает деловой клуб, хорошо играет на бильярде и

гордится успехами в игре и в бизнесе – как своими личными, так и компании. Ему приятно уважение его коллег, с которыми он видится в клубе.

3. Агент газеты и дистрибьютор бытовой техники. Ранее этот клиент использовал все газеты. Никак не может остановиться на каких-то конкретно. Запрашивает много данных по аудитории и тиражам.

4. Агент газеты и фирменный магазин компьютерной техники. Давно сотрудничают. Хорошо знают друг друга. С удовольствием сотрудничают, если есть необходимость. В последнее время на фирме всё в порядке.

5. Агент газеты и филиал нового в регионе банка. Никакой рекламы ещё не осуществляли. Менеджер по рекламе знаком агенту. Раньше он работал в другом банке, и они сотрудничали.

6. Агент газеты имеет задание продать место в специальном приложении о моде. Он собирается работать с бутиком, который давал раньше рекламу только в иллюстрированных журналах.

7. Агент газеты должен продать цветной центральный разворот. Он собирается работать с производителем автомобилей, никогда раньше не рекламировавшемся в их газете.

8. В регионе агента появилась новая маленькая фирма по ремонту мебели (всего три человека). Агент познакомился с хозяином компании – молодым человеком, который хочет после развития компании расширить диапазон услуг.

9. Агент и компания по рассылке семян, которая ранее публиковала рекламу с перечнем сортов и стоимости семян. Эффект был, но не такой, как хотелось бы рекламодателю. А весна не за горами.

10. Агент и дилер дорогой сантехники. Вообще не даёт рекламы и не принимает рекламных агентов. По слухам агент знает, что дилер – сторонник тезиса «наша сантехника в рекламе не нуждается».

Задание:

1. На основе реальных ситуаций определить положение и позицию клиента и в соответствии с ними наметить наиболее уместные подходы в организации продаж.

2. Сделайте вывод: как сделать продажи эффективными?

ВЕДОМОСТЬ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

в форме дифференцированного зачета по

УП.05.01 Учебная практика

№ п/п	Фамилия, имя и отчество аттестуемого	Отметка	Подпись руководителя практики
19.			
20.			
21.			
22.			
23.			
24.			
25.			
26.			
27.			
28.			
29.			
30.			

Подпись руководителя отделения _____/_____./

« ___ » _____ 201__ г.