МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
Колледж информационных и креативных технологий

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОГО ПРЕДМЕТА

ООП.14 Индивидуальный проект

программы подготовки специалистов среднего звена

Форма обучения: очная

Владивосток
2026

Рабочая программа учебного предмета ООП.14 Индивидуальный проект разработана в соответствии с требованиями приказа Минобрнауки России от 17.05.2012 N 413 "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего общего образования" с дополнениями от 12.02.2025, федеральной образовательной программой среднего общего образования, утвержденной приказом Министерства Просвещения РФ от 18.05.2023 № 371 Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности09.02.11 Разработка и управление программным обеспечением, утвержденного приказом Минпросвещения России от 24.02.2024 г. №138.

Разработчик: О.Ю. Сорокина, преподаватель

Рассмотрено и одобрено на заседании предметной цикловой комиссии

Протокол № 9 от «20» мая 2026 г.

Председатель ПЦК _____ О.Ю. Сорокина
подпись

СОДЕРЖАНИЕ

1 ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА	**4**
2 ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ	**4**
3 ТЕМАТИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО ПРЕДМЕТА	**12**
4 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОГО ПРЕДМЕТА	**19**
5 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОГО ПРЕДМЕТА	**21**

1 ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

1.1 Область применения программы

Рабочая программа учебного предмета ООП.14 Индивидуальный проект является частью образовательной программы подготовки специалистов среднего звена, разработанной в соответствии с ФГОС СПО по специальности09.02.11 Разработка и управление программным обеспечением.

Учебный предмет ООП.14 Индивидуальный проект, изучается на базовом **уровне** в общеобразовательном цикле учебного плана основной профессиональной образовательной программы специальности 42.02.01 Реклама.

Профессионально-ориентированное содержание реализуется в прикладном модуле на материале практических занятий, ориентированных на формирование у обучающихся знаний и умений в области рекламы, навыки их применения в практической профессиональной деятельности.

1.2 Объем учебного предмета и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Объем образовательной программы учебного предмета	**38**
в том числе:	
Основное содержание:	
в том числе:	
самостоятельная работа	**38**
консультации	
Промежуточная аттестация диффер. зачет (2 семестр)	

2 ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

В результате изучения предмета у обучающихся должны быть сформированы личностные, метапредметные и предметные результаты.

Личностные результаты

Освоение программы предмета сопровождается формированием у обучающихся личностных результатов:

гражданского воспитания:

умение взаимодействовать с социальными институтами в соответствии с их функциями и назначением;

патриотического воспитания:

ценностное отношение к государственным символам, историческому и природному наследию, памятникам, традициям народов России, достижениям России в науке, искусстве, спорте, технологиях и труде;

духовно-нравственного воспитания:

способность оценивать ситуацию и принимать осознанные решения, ориентируясь на морально-нравственные нормы и ценности;

осознание личного вклада в построение устойчивого будущего;

эстетического воспитания:

эстетическое отношение к миру, включая эстетику быта, научного и технического творчества, спорта, труда и общественных отношений;

готовность к самовыражению в разных видах искусства, стремление проявлять качества творческой личности;

физического воспитания:

сформированность здорового и безопасного образа жизни, ответственного отношения к своему здоровью;

активное неприятие вредных привычек и иных форм причинения вреда физическому и психическому здоровью;

трудового воспитания:

готовность к труду, осознание ценности мастерства, трудолюбие;

готовность к активной деятельности технологической и социальной направленности, способность инициировать, планировать и самостоятельно выполнять такую деятельность;

интерес к различным сферам профессиональной деятельности, умение совершать осознанный выбор будущей профессии и реализовывать собственные жизненные планы;

готовность и способность к образованию и самообразованию на протяжении всей жизни;

экологического воспитания:

сформированность экологической культуры, понимание влияния социально-экономических процессов на состояние природной и социальной среды, осознание глобального характера экологических проблем;

активное неприятие действий, приносящих вред окружающей среде;

умение прогнозировать неблагоприятные экологические последствия предпринимаемых действий, предотвращать их;

ценности научного познания:

сформированность мировоззрения, соответствующего современному уровню развития науки и общественной практики, основанного на диалоге культур, способствующего осознанию своего места в поликультурном мире;

осознание ценности научной деятельности, готовность осуществлять проектную и исследовательскую деятельность индивидуально и в группе.

Учитывая специфику предмета, личностные результаты в программе конкретизированы как:

Л1 – сформированность представлений о рекламных коммуникациях как мощном инструменте формирования общественного мнения, ценностей и продвижения социально значимых идей.

Л2 – понимание значимости рекламы и маркетинга для развития экономики, бизнеса и научно-технического прогресса в условиях цифровизации общества.

Л3 – развитие креативного мышления, визуальной культуры, эстетического вкуса и навыков генерации нестандартных идей для создания конкурентоспособного рекламного продукта.

Л4 – овладение практическими умениями в области копирайтинга, дизайна, медиапланирования и проектной деятельности, необходимыми для будущей профессиональной реализации в индустрии рекламы.

Л5 – готовность к постоянному профессиональному развитию, самообразованию и освоению новых цифровых инструментов, программного обеспечения и трендов в сфере медиа.

Л6 – осознание важности соблюдения профессиональной этики, законодательства о рекламе и авторском праве, а также социальной ответственности за создаваемый контент.

Л7 – способность к самостоятельной творческой деятельности, принятию обоснованных концептуальных решений и ответственности за финальный результат индивидуального проекта.

Л8 – готовность к профессиональному взаимодействию, конструктивному восприятию критики, презентации и защите своих идей перед экспертным сообществом или заказчиками.

Л9 – отношение к рекламной деятельности как к возможности эффективного решения коммерческих, социальных и общегосударственных задач (включая социальную рекламу).

Для формирования этих результатов у обучающихся формируются универсальные учебные действия:

- широкая мотивационная основа учебной деятельности, включающая социальные, учебно-познавательные и внешние мотивы;
- учебно-познавательный интерес к новому учебному материалу и способам решения новой задачи;
- ориентация на понимание причин успеха в учебной деятельности, в том числе на самоанализ и самоконтроль результата, на анализ соответствия результатов требованиям конкретной задачи;
- способность к самооценке на основе критериев успешности учебной деятельности;
- ориентация в нравственном содержании и смысле как собственных поступков, так и поступков окружающих людей;
- этических чувств – стыда, вины, совести как регуляторов морального поведения.

Формирование УУД проводится при помощи решения следующих типовых задач:

- обеспечение возможности самостоятельной постановки целей и задач в предметном обучении, проектной и учебно-исследовательской деятельности обучающихся;
- обеспечение возможности самостоятельного выбора обучающимися темпа, режимов и форм освоения предметного материала;
- обеспечение наличия в образовательной деятельности событий, требующих от обучающихся предъявления продуктов своей деятельности.

Метапредметные результаты

Освоение программы предмета сопровождается формированием у обучающихся метапредметных результатов:

1. Овладение универсальными учебными познавательными действиями:

а) базовые логические действия:

определять цели деятельности, задавать параметры и критерии их достижения;

вносить коррективы в деятельность, оценивать соответствие результатов целям, оценивать риски последствий деятельности;

б) базовые исследовательские действия:

владеть навыками учебно-исследовательской и проектной деятельности, навыками разрешения проблем;

способность и готовность к самостоятельному поиску методов решения практических задач, применению различных методов познания;

формирование научного типа мышления, владение научной терминологией, ключевыми понятиями и методами;

выявлять причинно-следственные связи и актуализировать задачу, выдвигать гипотезу ее решения, находить аргументы для доказательства своих утверждений, задавать параметры и критерии решения;

анализировать полученные в ходе решения задачи результаты, критически оценивать их достоверность, прогнозировать изменение в новых условиях;

уметь переносить знания в познавательную и практическую области жизнедеятельности;

уметь интегрировать знания из разных предметных областей;

выдвигать новые идеи, предлагать оригинальные подходы и решения;

ставить проблемы и задачи, допускающие альтернативные решения;

в) работа с информацией:

владеть навыками получения информации из источников разных типов, самостоятельно осуществлять поиск, анализ, систематизацию и интерпретацию информации различных видов и форм представления;

использовать средства информационных и коммуникационных технологий в решении когнитивных, коммуникативных и организационных задач с соблюдением требований эргономики, техники безопасности, гигиены, ресурсосбережения, правовых и этических норм, норм информационной безопасности.

2. Овладение универсальными коммуникативными действиями:

а) общение:

осуществлять коммуникации во всех сферах жизни;

распознавать невербальные средства общения, понимать значение социальных знаков, распознавать предпосылки конфликтных ситуаций и смягчать конфликты;

владеть различными способами общения и взаимодействия;

аргументированно вести диалог, уметь смягчать конфликтные ситуации;

развернуто и логично излагать свою точку зрения с использованием языковых средств;

б) совместная деятельность:

понимать и использовать преимущества командной и индивидуальной работы;

принимать цели совместной деятельности, организовывать и координировать действия по ее достижению: составлять план действий, распределять роли с учетом мнений участников обсуждать результаты совместной работы;

предлагать новые проекты, оценивать идеи с позиции новизны, оригинальности, практической значимости;

координировать и выполнять работу в условиях реального, виртуального и комбинированного взаимодействия;

осуществлять позитивное стратегическое поведение в различных ситуациях, проявлять творчество и воображение, быть инициативным.

3. Овладение универсальными регулятивными действиями:

а) самоорганизация:

самостоятельно осуществлять познавательную деятельность, выявлять проблемы, ставить и формулировать собственные задачи в образовательной деятельности и жизненных ситуациях;

самостоятельно составлять план решения проблемы с учетом имеющихся ресурсов, собственных возможностей и предпочтений;

делать осознанный выбор, аргументировать его, брать ответственность за решение;

оценивать приобретенный опыт;

способствовать формированию и проявлению широкой эрудиции в разных областях знаний, постоянно повышать свой образовательный и культурный уровень;

б) самоконтроль:

давать оценку новым ситуациям, вносить коррективы в деятельность, оценивать соответствие результатов целям;

владеть навыками познавательной рефлексии как осознания совершаемых действий и мыслительных процессов, их результатов и оснований;

использовать приемы рефлексии для оценки ситуации, выбора верного решения;

в) эмоциональный интеллект, предполагающий сформированность:

самосознания, включающего способность понимать свое эмоциональное состояние, видеть направления развития собственной эмоциональной сферы, быть уверенным в себе;

саморегулирования, включающего самоконтроль, умение принимать ответственность за свое поведение, способность адаптироваться к эмоциональным изменениям и проявлять гибкость, быть открытым новому;

внутренней мотивации, включающей стремление к достижению цели и успеху, оптимизм, инициативность, умение действовать, исходя из своих возможностей;

социальных навыков, включающих способность выстраивать отношения с другими

людьми, заботиться, проявлять интерес и разрешать конфликты;

г) принятие себя и других людей:

принимать себя, понимая свои недостатки и достоинства;

принимать мотивы и аргументы других людей при анализе результатов деятельности;

признавать свое право и право других людей на ошибки.

Учитывая специфику предмета, метапредметные результаты в программе конкретизированы как:

М1 - умение определять цели деятельности, задавать параметры и критерии их достижения;

М2 - умение вносить коррективы в деятельность, оценивать соответствие результатов целям, оценивать риски последствий деятельности;

М3 - владение навыками учебно-исследовательской и проектной деятельности, навыками разрешения проблем;

М4 - способность и готовность к самостоятельному поиску методов решения практических задач, применению различных методов познания;

М5 – способность выявлять причинно-следственные связи и актуализировать задачу, выдвигать гипотезу ее решения, находить аргументы для доказательства своих утверждений, задавать параметры и критерии решения;

М6 - способность анализировать полученные в ходе решения задачи результаты, критически оценивать их достоверность, прогнозировать изменение в новых условиях;

М7 - способность выдвигать новые идеи, предлагать оригинальные подходы и решения, ставить проблемы и задачи, допускающие альтернативные решения;

М8 - владение навыками получения информации из источников разных типов, способность самостоятельно осуществлять поиск, анализ, систематизацию и интерпретацию информации различных видов и форм представления;

М9 - способность осуществлять коммуникации во всех сферах жизни; аргументированно вести диалог, уметь смягчать конфликтные ситуации; развернуто и логично излагать свою точку зрения с использованием языковых средств;

М10 - способность понимать и использовать преимущества командной и индивидуальной работы; принимать цели совместной деятельности, организовывать и координировать действия по ее достижению: составлять план действий, распределять роли с учетом мнений участников обсуждать результаты совместной работы; предлагать новые проекты, оценивать идеи с позиции новизны, оригинальности, практической значимости; осуществлять позитивное стратегическое поведение в различных ситуациях, проявлять творчество и воображение, быть инициативным.

М11 – умение самостоятельно составлять план решения проблемы с учетом имеющихся ресурсов, собственных возможностей и предпочтений;

М12 - способность давать оценку новым ситуациям, вносить коррективы в деятельность, оценивать соответствие результатов целям; владеть навыками познавательной рефлексии как осознания совершаемых действий и мыслительных процессов, их результатов и оснований; использовать приемы рефлексии для оценки ситуации, выбора верного решения;

Для формирования этих результатов у обучающихся формируются универсальные учебные действия:

Регулятивные

- принимать и сохранять учебную задачу;
- учитывать выделенные преподавателем ориентиры действия в новом учебном материале в сотрудничестве с преподавателем;
- планировать свои действия в соответствии с поставленной задачей и условиями её реализации, в том числе во внутреннем плане;
- учитывать установленные правила в планировании и контроле способа решения;
- осуществлять итоговый и пошаговый контроль по результату (в случае работы

в интерактивной среде пользоваться реакцией среды решения задачи);

- оценивать правильность выполнения действия на уровне адекватной ретроспективной оценки соответствия результатов требованиям данной задачи и задачной области;
- адекватно воспринимать предложения и оценку преподавателей, товарищей, родителей и других людей;
- различать способ и результат действия;
- вносить необходимые коррективы в действие после его завершения на основе его оценки и учёта характера сделанных ошибок, использовать предложения и оценки для создания нового, более совершенного результата, использовать запись (фиксацию) в цифровой форме хода и результатов решения задачи, собственной звучащей речи на русском, родном и иностранном языках.

Познавательные

- осуществлять поиск необходимой информации для выполнения учебных заданий с использованием учебной литературы, энциклопедий, справочников (включая электронные, цифровые), в открытом информационном пространстве, в том числе контролируемом пространстве Интернета;
- осуществлять запись (фиксацию) выборочной информации об окружающем мире и о себе самом, в том числе с помощью инструментов ИКТ;
- использовать знаково-символические средства, в том числе модели (включая виртуальные) и схемы (включая концептуальные) для решения задач;
- строить сообщения в устной и письменной форме;
- ориентироваться на разнообразие способов решения задач;
- основам смыслового восприятия художественных и познавательных текстов, выделять существенную информацию из сообщений разных видов (в первую очередь текстов);
- осуществлять анализ объектов с выделением существенных и несущественных признаков;
- осуществлять синтез как составление целого из частей;
- проводить сравнение и классификацию по заданным критериям;
- устанавливать причинно-следственные связи в изучаемом круге явлений;
- строить рассуждения в форме связи простых суждений об объекте, его строении, свойствах и связях;
- обобщать, т. е. осуществлять генерализацию и выведение общности для целого ряда или класса единичных объектов на основе выделения сущностной связи;
- осуществлять поведение под понятие на основе распознавания объектов, выделения существенных признаков и их синтеза;
- устанавливать аналогии;
- владеть рядом общих приёмов решения задач.

Коммуникативные

- адекватно использовать коммуникативные, прежде всего речевые, средства для решения различных коммуникативных задач, строить монологическое высказывание (в том числе сопровождая его аудиовизуальной поддержкой), владеть диалогической формой коммуникации, используя в том числе средства и инструменты ИКТ и дистанционного общения;
- допускать возможность существования у людей различных точек зрения, в том числе не совпадающих с его собственной, и ориентироваться на позицию партнёра в общении и взаимодействии;
- учитывать разные мнения и стремиться к координации различных позиций в сотрудничестве;
- формулировать собственное мнение и позицию;
- договариваться и приходить к общему решению в совместной деятельности, в том числе в ситуации столкновения интересов;
- строить понятные для партнёра высказывания, учитывающие, что партнёр знает и

видит, а что нет;
- задавать вопросы;
- контролировать действия партнёра;
- использовать речь для регуляции своего действия;
- адекватно использовать речевые средства для решения различных коммуникативных задач, строить монологическое высказывание, владеть диалогической формой речи.

Формирование УУД проводится при помощи решения следующих типовых задач:
- полидисциплинарные и метапредметные погружения и интенсивы;
- методологические и философские семинары;
- учебно-исследовательская работа обучающихся, которая предполагает выбор тематики исследования, связанной с новейшими достижениями в области науки и технологий;
- комплексные задачи, направленные на решение актуальных проблем, лежащих в ближайшем будущем обучающихся: выбор дальнейшей образовательной или рабочей траектории, определение жизненных стратегий и т.п.;
- получение предметных знаний в структурах, альтернативных образовательной организации: участие в дистанционных конкурсах и олимпиадах;
- самостоятельное освоение глав, разделов и тем учебного предмета;
- самостоятельное взаимодействие с источниками ресурсов: информационными источниками, фондами, представителями власти и т.п.;
- самостоятельное управление ресурсами, в том числе нематериальными;
- презентация результатов проектной работы на различных этапах ее реализации

Предметные результаты

Требования к предметным результатам освоения базового курса учебного предмета ООП.14 Индивидуальный проект:

П1 - владение методами маркетинговых исследований, сбора и анализа первичной информации; умение формулировать концепцию рекламного продукта, определять целевую аудиторию и обосновывать выбор каналов коммуникации;

П2 - умение оперировать понятиями: фирменный стиль, брендбук, позиционирование, УТП (уникальное торговое предложение); умение разрабатывать элементы визуальной идентификации бренда (логотип, фирменные цвета, шрифтовые пары;

П3 - умение оперировать понятиями: **композиция, колористика, инфографика**, модульная сетка; умение самостоятельно создавать и верстать макеты печатной, наружной и цифровой рекламы в графических редакторах;

П4 - умение оперировать понятиями: копирайтинг, слоган, медиатекст, сценарий; умение создавать продающие тексты различных жанров и форматов, адаптировать их под требования конкретных медиаплощадок и каналов продвижения;

П5 - умение оперировать понятиями: медиаплан, таргетинг, SEO, SMM, KPI рекламной кампании; умение рассчитывать примерный бюджет на продвижение, прогнозировать охваты и использовать аналитические инструменты для оценки эффективности рекламного проекта;

П6 - владение навыками сегментации рынка и составления подробного профиля (аватара) потребителя рекламного продукта;

П7 - умение оперировать понятиями: ценообразование, себестоимость рекламного места, ROI (окупаемость инвестиций) и конверсия воронки продаж.

П8 - умение самостоятельно разрабатывать креативный бриф для создания рекламного контента на основе запроса заказчика;

П9 - владение базовыми инструментами фото- и видеопроизводства: проведение съемок, раскадровка сценария, монтаж и цветокоррекция промо-роликов;

П10 - умение оперировать понятиями: айдентика, нейминг, ребрендинг; умение проводить аудит существующего имиджа компании или продукта;

П11 - умение проектировать и настраивать пользовательский интерфейс (UI/UX) для простейших рекламных посадочных страниц (лендингов);

П12 - владение методами **A/B-тестирования** рекламных объявлений, баннеров и заголовков для выявления наиболее эффективных креативов;

П13 - умение использовать современные цифровые платформы и рекламные кабинеты социальных сетей для настройки таргетированной рекламы;

П14 - способность проводить **конкурентный анализ** рынка, выявлять сильные и слабые стороны соперников с помощью SWOT-анализа.

3 ТЕМАТИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО ПРЕДМЕТА

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем в часах	Коды результатов освоения ООП
1	2	3	4
Раздел 1. Подготовительный и аналитический этапы			
Тема 1.1. Введение. Выбор темы и обоснование проекта.	**Содержание учебного материала**		Л5, Л7, П8 Л7, П14
	1 Структура индивидуального проекта по рекламе. Правила выбора темы, определение целей, задач и практической значимости проекта. Составление креативного брифа.		
	Самостоятельная работа	4	
	1 Формулирование темы, целей и задач проекта. Первичный сбор информации о рекламируемом объекте (компании, бренде, товаре).		Л5, Л7, П8 Л7, П14
Тема 1.2. Маркетинговые исследования и анализ рынка.	**Содержание учебного материала**		Л2, П1, П6
	1 Методы маркетинговых исследований в рекламе. Определение и сегментация целевой аудитории. Анализ конкурентной среды.		
	Самостоятельная работа	**4**	Л8, П6, П14
	1 Проведение SWOT-анализа объекта рекламирования. Составление подробного профиля (аватара) целевой аудитории.		
	2 Мониторинг и сравнительный анализ рекламной активности главных конкурентов.	**4**	Л8, П6, П14
Раздел 2. Творческий и технологический этапы			
Тема 2.1. Разработка концепции и копирайтинг.	**Содержание учебного материала**		Л3, П2, П4
	1 Разработка уникального торгового предложения (УТП) и позиционирования. Правила создания рекламных текстов, слоганов и сценариев.		
	Самостоятельная работа	**6**	

	1	Формулирование идеи рекламной кампании, генерация слоганов. Написание рекламных текстов для выбранных каналов коммуникации.		Л3, П4, П10
Тема 2.2. Визуальное воплощение и дизайн.	**Содержание учебного материала**			
	1	Основы композиции, колористики и фирменного стиля в рекламе. Инструменты создания графического и мультимедийного рекламного контента.		Л3, П3, П9
	Самостоятельная работа			
	1	Разработка элементов фирменного стиля и визуальной идентификации бренда (логотип, цвета, шрифты).	5	Л9, М2, П8, П14, П7
	2	Создание оригинал-макетов рекламных материалов (печатная, наружная или цифровая реклама) в графических редакторах.	5	Л9, М2, П8, П14, П7
Тема 2.3. Медиапланирование и экономика проекта.	**Содержание учебного материала**			
	1	Каналы распространения рекламы и критерии их выбора. Основы медиапланирования, расчет бюджета и прогнозирование эффективности (KPI, ROI).		Л2, П5, П7
	Самостоятельная работа			
	1	Составление медиаплана размещения рекламы. Расчет примерной стоимости реализации проекта и оценка его коммерческой эффективности.	4	Л4, П5, П7
Раздел 3. Заключительный этап				
Тема 3.1. Юридическая проверка и оформление проекта.	**Содержание учебного материала**			
	1	Требования Закона «О рекламе» и авторского права к рекламным материалам. Стандарты ГОСТ по оформлению пояснительной записки.		Л6, П15
	Самостоятельная работа		3	
	1	Экспертиза созданного контента на юридическую чистоту. Оформление текста пояснительной записки проекта по стандартам.		Л6, П15

Тема 3.2. Подготовка к защите проекта.	**Содержание учебного материала**			
	1	Правила публичного выступления, структура доклада и требования к мультимедийной презентации проекта.		Л3, М4, П13
	Самостоятельная работа			
	1	Создание демонстрационной презентации. Написание тезисов доклада для устной защиты перед комиссией.	3	Л3, М12, П14, П13
Консультации				
Промежуточная аттестация (ДЗ)				
		Всего:	38	

4 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОГО ПРЕДМЕТА

4.1 Материально-техническое обеспечение

Для реализации программы учебного предмета предусмотрено наличие следующих специальных помещений:

– Лекционная аудитория:

– Специализированная учебная мебель количество посадочных мест - 16 шт; доска учебная, мультимедийный проектор, экран.

4.2 Информационное обеспечение реализации программы

Для реализации программы учебного предмета библиотечный фонд ВВГУ укомплектован печатными и электронными изданиями.

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены печатными и электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Основная литература

1. Основы рекламы: учебник / К. В. Антипов. — Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2024. — 328 с. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система Znanium [сайт]. — URL: znanium.ru

2. Рекламное дело: учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 431 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11048-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: urait.ru

3. Рекламная деятельность: учебник для среднего профессионального образования / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 393 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-14256-4. — Текст: electronic // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: urait.ru

Дополнительная литература

1. Технологии производства рекламной продукции: учебное пособие для среднего профессионального образования / Е. А. Замедлина. — Москва: Издательство Инфра-М, 2025. — 256 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-16-018241-1. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система Znanium [сайт]. — URL: znanium.ru

2. Основы рекламы и связей с общественностью: учебник и практикум для среднего профессионального образования / М. М. Васильева. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 284 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16104-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: urait.ru

Электронные ресурсы

1. ww.sostav.ru — ведущее российское отраслевое СМИ в области рекламы, маркетинга и PR (кейсы, аналитика рынка).

2. www.adindex.ru — информационный портал о рынке рекламы и маркетинга в России (рейтинги агентств, тренды).

3. www.akarussia.ru — официальный сайт Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР) (индустриальные стандарты, объемы рынка).

4. www.consultant.ru — справочно-правовая система «КонсультантПлюс» (текст Федерального закона «О рекламе», нормативные акты).

5 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОГО ПРЕДМЕТА

Контроль и оценка сформированности личностных, метапредметных и предметных результатов осуществляются в соответствии со следующими показателями:

Результаты обучения	**Основные показатели оценки результата**	
	Тема	**Оценочное средство**
Личностные		
Л1 - сформированность представлений о рекламных коммуникациях как мощном инструменте формирования общественного мнению, ценностей и продвижения социально значимых идей	Тема 3.2. Подготовка к защите проекта	экспертная оценка презентации и доклада
Л2 - понимание значимости рекламы и маркетинга для развития экономики, бизнеса и научно-технического прогресса в условиях цифровизации общества	Тема 1.2. Маркетинговые исследования и анализ рынка Тема 2.3. Медиапланирование и экономика проекта	защита аналитического раздела проекта
Л3 - развитие креативного мышления, визуальной культуры, эстетического вкуса и навыков генерации нестандартных идей для создания конкурентоспособного рекламного продукта	Тема 2.1. Разработка концепции и копирайтинг Тема 2.2. Визуальное воплощение и дизайн	устный опрос
Л4 - овладение практическими умениями в области копирайтинга, дизайна, медиапланирования и проектной деятельности, необходимыми для будущей профессиональной реализации в индустрии рекламы	Тема 2.2. Визуальное воплощение и дизайн Тема 2.3. Медиапланирование и экономика проекта	проверка практической части проекта; проверка расчетов и медиаплана
Л5 - готовность к постоянному профессиональному развитию, самообразованию и освоению новых цифровых инструментов, программного обеспечения и трендов в сфере медиа	Тема 1.1. Введение. Выбор темы и обоснование проекта	проверка обоснования актуальности проекта
Л6 - осознание важности соблюдения профессиональной этики, законодательства о рекламе и авторском праве, а также социальной ответственности за создаваемый контент	Тема 3.1. Юридическая проверка и оформление проекта	экспертиза макетов на соответствие закону
Л7 - способность к самостоятельной творческой деятельности, принятию обоснованных концептуальных решений и ответственности за финальный результат индивидуального проекта	Тема 3.1. Юридическая проверка и оформление проекта	текущий контроль самостоятельной работы
Метапредметные		
М1 - умение определять цели деятельности, задавать параметры и	Тема 1.1. Введение. Выбор темы и обоснование проек-	устный опрос

критерии их достижения	та	
М2 - умение вносить коррективы в деятельность, оценивать соответствие результатов целям, оценивать риски последствий деятельности	Тема 1.2. Маркетинговые исследования и анализ рынка	устный опрос
М3 - владение навыками познавательной, учебно- исследовательской и проектной деятельности, навыками разрешения проблем	Тема 1.2. Маркетинговые исследования и анализ рынка	устный опрос
М4 - способность и готовность к самостоятельному поиску методов решения практических задач, применению различных методов познания	Тема 1.2. Маркетинговые исследования и анализ рынка	устный опрос
М5 - способность выявлять причинно-следственные связи и актуализировать задачу, выдвигать гипотезу ее решения, находить аргументы для доказательства своих утверждений, задавать параметры и критерии решения	Тема 2.1. Разработка концепции и копирайтинг Тема 3.2. Подготовка к защите проекта	устный опрос
М6 - способность анализировать полученные в ходе решения задачи результаты, критически оценивать их достоверность, прогнозировать изменение в новых условиях	Тема 3.1. Юридическая проверка и оформление проекта	устный опрос
М7 - способность выдвигать новые идеи, предлагать оригинальные подходы и решения, ставить проблемы и задачи, допускающие альтернативные решения	Тема 2.2. Визуальное воплощение и дизайн Тема 2.3. Медиапланирование и экономика проекта	устный опрос
М8 - владение навыками получения информации из источников разных типов, способность самостоятельно осуществлять поиск, анализ, систематизацию и интерпретацию информации различных видов и форм представления	Тема 2.2. Визуальное воплощение и дизайн Тема 2.3. Медиапланирование и экономика проекта	устный опрос
М9 - способность осуществлять коммуникации во всех сферах жизни, аргументированно вести диалог, уметь смягчать конфликтные ситуации, развернуто и логично излагать свою точку зрения с использованием языковых средств	Тема 3.2. Подготовка к защите проекта	устный опрос
М10 - способность понимать и использовать преимущества командной и индивидуальной работы; принимать цели совместной дея-	Тема 3.1. Юридическая проверка и оформление проекта	устный опрос

тельности, организовывать и координировать действия по ее достижению: составлять план действий, распределять роли с учетом мнений участников обсуждать результаты совместной работы; предлагать новые проекты, оценивать идеи с позиции новизны, оригинальности, практической значимости; осуществлять позитивное стратегическое поведение в различных ситуациях, проявлять творчество и воображение, быть инициативным.		
М11 - умение самостоятельно составлять план решения проблемы с учетом имеющихся ресурсов, собственных возможностей и предпочтений	Тема 1.2. Маркетинговые исследования и анализ рынка	устный опрос
М12 - способность давать оценку новым ситуациям, вносить коррективы в деятельность, оценивать соответствие результатов целям; владение навыками познавательной рефлексии как осознания совершаемых действий и мыслительных процессов, их результатов и оснований; использование приемов рефлексии для оценки ситуации, выбора верного решения	Тема 1.1. Введение. Выбор темы и обоснование проекта	устный опрос
Предметные		
П1 - владение методами маркетинговых исследований, сбора и анализа первичной информации; умение формулировать концепцию рекламного продукта.	Тема 1.2. Маркетинговые исследования и анализ рынка	устный опрос
П2 - умение оперировать понятиями: фирменный стиль, брендбук, позиционирование, УТП (уникальное торговое предложение)	Тема 2.1. Разработка концепции и копирайтинг	устный опрос
П3 - умение оперировать понятиями: композиция, колористика, инфографика, модульная сетка; умение самостоятельно создавать и верстать макеты	Тема 2.2. Визуальное воплощение и дизайн	устный опрос
П4 - умение оперировать понятиями: копирайтинг, слоган, медиатекст, сценарий; умение создавать продающие тексты различных форматов	Тема 2.1. Разработка концепции и копирайтинг	устный опрос

П5 - умение оперировать понятиями: медиаплан, таргетинг, SEO, SMM, KPI рекламной кампании; умение рассчитывать примерный бюджет	Тема 2.3. Медиапланирование и экономика проекта	устный опрос
П6 - владение навыками сегментации рынка и составления подробного профиля (аватара) потребителя рекламного продукта	Тема 1.2. Маркетинговые исследования и анализ рынка	устный опрос
П7 - умение оперировать понятиями: ценообразование, себестоимость рекламного места, ROI (окупаемость инвестиций) и конверсия воронки продаж	Тема 2.3. Медиапланирование и экономика проекта	устный опрос
П8 - умение самостоятельно разрабатывать креативный бриф для создания рекламного контента на основе запроса заказчика	Тема 1.1. Введение. Выбор темы и обоснование проекта	устный опрос
П9 - владение базовыми инструментами фото- и видеопроизводства: проведение съемок, раскадровка сценария, монтаж и цветокоррекция ролика	Тема 2.2. Визуальное воплощение и дизайн	устный опрос
П10 - умение оперировать понятиями: айдентика, нейминг, ребрендинг; умение проводить аудит существующего имиджа компании или продукта	Тема 1.2. Маркетинговые исследования и анализ рынка	устный опрос

Для оценки достижения запланированных результатов обучения по предмету разработаны контрольно-оценочные средства для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации, которые прилагаются к рабочей программе предмета.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
Колледж информационных и креативных технологий

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации
по учебному предмету

ООП.14 Индивидуальный проект

программы подготовки специалистов среднего звена
09.02.11 Разработка и управление программным обеспечением

Форма обучения: очная

Владивосток
2026

1 Общие сведения

Фонд оценочных средств (далее – ФОС) предназначен для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся по программе учебного предмета ООП.14 Индивидуальный проект.

ФОС включают в себя контрольные материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по предмету, которая проводится в форме экзамена (с использованием оценочного средства – устный опрос в форме ответов на вопросы билетов, выполнение письменных заданий)

2 Планируемые результаты обучения по предмету, обеспечивающие результаты освоения образовательной программы

Код результата обучения	Наименование результата обучения
Л1	сформированность представлений о рекламных коммуникациях как мощном инструменте формирования общественного мнению, ценностей и продвижения социально значимых идей
Л2	понимание значимости рекламы и маркетинга для развития экономики, бизнеса и научно-технического прогресса в условиях цифровизации общества
Л3	развитие креативного мышления, визуальной культуры, эстетического вкуса и навыков генерации нестандартных идей для создания конкурентоспособного рекламного продукта
Л4	овладение практическими умениями в области копирайтинга, дизайна, медиапланирования и проектной деятельности, необходимыми для будущей профессиональной реализации в индустрии рекламы
Л5	готовность к постоянному профессиональному развитию, самообразованию и освоению новых цифровых инструментов, программного обеспечения и трендов в сфере медиа
Л6	осознание важности соблюдения профессиональной этики, законодательства о рекламе и авторском праве, а также социальной ответственности за создаваемый контент
Л7	способность к самостоятельной творческой деятельности, принятию обоснованных концептуальных решений и ответственности за финальный результат индивидуального проекта
Л8	готовность к профессиональному взаимодействию, конструктивному восприятию критики, презентации и защите своих идей перед экспертным сообществом или заказчиками
Л9	отношение к рекламной деятельности как к возможности эффективного решения коммерческих, социальных и общегосударственных задач
М1	умение определять цели деятельности, задавать параметры и критерии их достижения
М2	умение вносить коррективы в деятельность, оценивать соответствие результатов целям, оценивать риски последствий деятельности
М3	владение навыками познавательной, учебно- исследовательской и проектной деятельности, навыками разрешения проблем
М4	способность и готовность к самостоятельному поиску методов решения практических задач, применению различных методов познания
М5	способность выявлять причинно-следственные связи и актуализировать задачу, выдвигать гипотезу ее решения, находить аргументы для доказательства своих утверждений, задавать параметры и критерии решения
М6	способность анализировать полученные в ходе решения задачи результаты, критически оценивать их достоверность, прогнозировать изменение в новых условиях
М7	способность выдвигать новые идеи, предлагать оригинальные подходы и решения, ставить проблемы и задачи, допускающие альтернативные решения
М8	владение навыками получения информации из источников разных типов, способ-

Код результата обучения	Наименование результата обучения
	ность самостоятельно осуществлять поиск, анализ, систематизацию и интерпретацию информации различных видов и форм представления
М9	способность осуществлять коммуникации во всех сферах жизни, аргументированно вести диалог, уметь смягчать конфликтные ситуации, развернуто и логично излагать свою точку зрения с использованием языковых средств
М10	способность понимать и использовать преимущества командной и индивидуальной работы; принимать цели совместной деятельности, организовывать и координировать действия по ее достижению: составлять план действий, распределять роли с учетом мнений участников обсуждать результаты совместной работы; предлагать новые проекты, оценивать идеи с позиции новизны, оригинальности, практической значимости; осуществлять позитивное стратегическое поведение в различных ситуациях, проявлять творчество и воображение, быть инициативным.
М11	умение самостоятельно составлять план решения проблемы с учетом имеющихся ресурсов, собственных возможностей и предпочтений
М12	способность давать оценку новым ситуациям, вносить коррективы в деятельность, оценивать соответствие результатов целям; владение навыками познавательной рефлексии как осознания совершаемых действий и мыслительных процессов, их результатов и оснований; использование приемов рефлексии для оценки ситуации, выбора верного решения
П1	владение методами маркетинговых исследований, сбора и анализа первичной информации; умение формулировать концепцию рекламного продукта
П2	умение оперировать понятиями: фирменный стиль, брендбук, позиционирование, УТП (уникальное торговое предложение
П3	умение оперировать понятиями: композиция, колористика, инфографика, модульная сетка; умение самостоятельно создавать и верстать макеты
П4	умение оперировать понятиями: копирайтинг, слоган, медиатекст, сценарий; умение создавать продающие тексты различных форматов
П5	умение оперировать понятиями: медиаплан, таргетинг, SEO, SMM, KPI рекламной кампании; умение рассчитывать примерный бюджет
П6	владение навыками сегментации рынка и составления подробного профиля (аватара) потребителя рекламного продукта
П7	умение оперировать понятиями: ценообразование, себестоимость рекламного места, ROI (окупаемость инвестиций) и конверсия воронки продаж
П8	умение самостоятельно разрабатывать креативный бриф для создания рекламного контента на основе запроса заказчика
П9	владение базовыми инструментами фото- и видеопроизводства: проведение съемок, раскадровка сценария, монтаж и цветокоррекция ролика
П10	умение оперировать понятиями: айдентика, нейминг, ребрендинг; умение проводить аудит существующего имиджа компании или продукта

3 Соответствие оценочных средств контролируемым результатам обучения

3.1 Средства, применяемые для оценки уровня теоретической подготовки

Краткое наименование раздела (модуля) / темы предмета	Код результата обучения	Показатель овладения результатами обучения	Наименование оценочного средства и представление его в ФОС	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
Раздел 1. Подготовительный и аналитический этапы				
Тема 1.1 Введение. Выбор темы и обоснование проекта.	П8	Способность грамотно составить бриф, определить коммерческую проблему заказчика и перевести ее в проектные задачи.	Устный опрос	Защита итогового проекта
	М1	Способность грамотно составить бриф, определить коммерческую проблему заказчика и перевести ее в проектные задачи.		
	Л5	Способность аргументировать актуальность выбранной темы с точки зрения современных трендов медиарынка.		
Тема 1.2. Маркетинговые исследования и анализ рынка.	П1	Способность собирать первичную маркетинговую информацию и выстраивать на ее основе концепцию продвижения.	Устный опрос	Защита итогового проекта
	П6	Способность собирать первичную маркетинговую информацию и выстраивать на ее основе концепцию продвижения.		
	П14	Способность структурировать информацию о конкурентах, определять сильные и слабые стороны бренда.		
	М2	Способность обосновать выбор методов исследования (кабинетные исследования, опросы, мониторинг).		
	Л2	Способность анализировать рыночную ситуацию в контексте общей цифровизации экономики и медиасреды.		
	Л6	Способность поддерживать интерес к деятельности		
Раздел 2. Творческий и технологический этапы				
Тема 2.1. Разработка концепции и копирайтинг.	П4	Способность генерировать слоганы, писать продающие тексты и сценарии под разные рекламные форматы.	Устный опрос	Защита итогового проекта
	П2	Способность формулировать уникальное торговое предложение (УТП) и концепцию позиционирования бренда.		
	М5	Способность ясно, точно и убе-		

Краткое наименование раздела (модуля) / темы предмета	Код результата обучения	Показатель овладения результатами обучения	Наименование оценочного средства и представление его в ФОС	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
		дительно излагать идеи бренда, соблюдая нормы русского языка и стилистики.		
Тема 2.2. Визуальное воплощение и дизайн.	П3	Способность применять правила композиции и колористики при верстке макетов печатной и цифровой рекламы.	Устный опрос	Защита итогового проекта
	П9	Способность создавать мультимедийный контент (проводить съемку, раскадровку и монтаж видеороликов).		
	М7	Способность эффективно использовать графические редакторы и профильное ПО для создания визуалов.		
Тема 2.3.	П5	Способность выбирать релевантные рекламные каналы и планировать выходы рекламных объявлений.	Устный опрос	Защита итогового проекта
	П7	Способность рассчитывать ключевые экономические метрики рекламной кампании (бюджет, себестоимость, ROI).		
Раздел 3. Заключительный этап				
Тема 3.1. Юридическая проверка и оформление проекта.	П15	Способность верифицировать созданные рекламные креативы на соответствие нормам ФЗ «О рекламе».	Устный опрос	Защита итогового проекта
	М10	Способность структурировать отчетные материалы и оформлять пояснительную записку строго по ГОСТу.		
	Л6	Способность продемонстрировать этическую и правовую ответственность за разработанный медиаконтент.		
Тема 3.2. Подготовка к защите проекта.	М9	Способность публично представлять результаты творческого труда, вести дискуссию и защищать свои решения.	Устный опрос	Защита итогового проекта
	Л1	Способность позиционировать свой рекламный продукт как инструмент влияния на ценности общества.		

3.2 Средства, применяемые для оценки уровня практической подготовки

Краткое наименование раздела (модуля) / темы предмета	Код результата обучения	Показатель овладения результатами обучения	Наименование оценочного средства и представление его в ФОС	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
Раздел 1. Подготовительный и аналитический этапы				
Тема 1.1. Введение. Выбор темы и обоснование проекта. Самостоятельная работа № 1	П8	Способность самостоятельно составить бриф на разработку рекламного продукта на основе бизнес-задач бренда.	Устный опрос	Защита итогового проекта
	Л7	Способность принимать обоснованные концептуальные решения и нести ответственность за итоговый план.		
Тема 1.2. Маркетинговые исследования и анализ рынка. Самостоятельная работа № 2–3	П14	Способность проводить конкурентный анализ рынка и структурировать факторы с помощью SWOT-матрицы.	Устный опрос	Защита итогового проекта
	П6	Способность сегментировать целевую аудиторию и составлять детальные профили (аватары) потребителей.		
	М11	Способность анализировать причинно-следственные связи и делать обоснованные выводы о положении бренда.		
Раздел 2. Творческий и технологический этапы.				
Тема 2.1. Разработка концепции и копирайтинг. Самостоятельная работа № 4	П4	Способность самостоятельно создавать продающие тексты различных жанров, слоганы и сценарии роликов.	Устный опрос	Защита итогового проекта
	П2	Способность разработать уникальное торговое предложение (УТП) и карту позиционирования продукта.		
Тема 2.2. Визуальное воплощение и дизайн. Самостоятельная работа № 5–6	П3	Способность самостоятельно верстать макеты печатной и цифровой рекламы с учетом композиции и колористики.	Устный опрос	Защита итогового проекта
	П9	Способность применять базовые инструменты фото- и видеопроизводства, включая монтаж промо-роликов.		
	М7	Способность профессионально использовать инструменты графических редакторов для реализации творческих идей.		
Тема 2.3 Медиапланирование и экономика	П5	Способность рассчитывать бюджет кампании, выбирать каналы коммуникации и определять метрики KPI.	Устный опрос	Защита итогового проекта

Краткое наименование раздела (модуля) / темы предмета	Код результата обучения	Показатель овладения результатами обучения	Наименование оценочного средства и представление его в ФОС	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
проекта. Самостоятельная работа № 7	П7	Способность проводить расчеты себестоимости размещения рекламы и прогнозировать окупаемость инвестиций (ROI).		
Раздел 3. Заключительный этап.				
Тема 3.1 Юридическая проверка и оформление проекта. Самостоятельная работа № 8	П15	Способность проверять созданный рекламный контент на соответствие нормам Федерального закона «О рекламе».	Устный опрос	Защита итогового проекта
	П10	Способность логически выстраивать письменный текст отчета и оформлять его строго по стандартам ГОСТ.		
Тема 3.2. Подготовка к защите проекта. Самостоятельная работа № 9	М9	Способность наглядно представлять результаты работы, аргументированно защищать решения и вести дискуссию.	Устный опрос	Защита итогового проекта
	Л8	Способность конструктивно воспринимать профессиональную критику в ходе презентации проектных решений.		

4 Описание процедуры оценивания

Результаты обучения по дисциплине, уровень сформированности компетенций оцениваются по четырёх бальной шкале оценками: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Текущая аттестация по дисциплине проводится с целью систематической проверки достижений обучающихся. Объектами оценивания являются: степень усвоения теоретических знаний, уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы, качество выполнения самостоятельной работы, учебная дисциплина (активность на занятиях, своевременность выполнения различных видов заданий, посещаемость всех видов занятий по аттестуемой дисциплине).

При проведении промежуточной аттестации оценивается достижение студентом запланированных по дисциплине результатов обучения, обеспечивающих результаты освоения образовательной программы в целом. Оценка на зачете, экзамене выставляется с учетом оценок, полученных при прохождении текущей аттестации. Высчитывается средний балл с учетом оценки, полученной на зачете, экзамене и округляется по математическим правилам (в случае спорного результата, при выставлении оценки решение принимается исходя из результатов зачета, экзамена).

Критерии оценивания устного ответа

(оценочные средства: собеседование*)*

5 баллов - ответ показывает прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа; умение приводить примеры современных проблем изучаемой области.

4 балла - ответ, обнаруживающий прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается одна - две неточности в ответе.

3 балла – ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой предметной области, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знанием основных вопросов теории; слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры; недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа; неумение привести пример развития ситуации, провести связь с другими аспектами изучаемой области.

2 балла – ответ, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы; незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов; неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Допускаются серьезные ошибки в содержании ответа; незнание современной проблематики изучаемой области.

Критерии оценивания письменной работы

(оценочные средства: защита итогового проекта).

5 баллов – студент полностью выполнил работу, точно определив ее содержание и составляющие. В логических рассуждениях и обосновании решения нет пробелов и ошибок, выводы обоснованы. Студент владеет навыком самостоятельной работы по заданной теме; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Фактических и математических ошибок, связанных с пониманием материала, нет; графически работа оформлена правильно.

4 балла - работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при решении. Работа выполнена полностью, но обоснования шагов решения недостаточны. Не все выводы сделаны и/или обоснованы. Фактических ошибок, связанных с пониманием материала, нет. Допущены однадве ошибки в оформлении работы.

3 балла – студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих работы; понимает базовые основы материала. Решение раскрыто не полностью, обоснования шагов решения недостаточны. Выводы не сделаны и/или выводы не обоснованы. Допущено не более 2 ошибок в решении, оформлении работы.

2 балла - работа представляет собой решение без каких бы то ни было комментариев, обоснований. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Выводы отсутствуют. Допущено три или более трех ошибок в решении, в оформлении работы.

Критерии выставления оценки студенту на зачете/ экзамене

(оценочные средства *устный опрос в форме ответов на вопросы билетов, выполнение письменных разноуровневых задач и заданий*)

Оценка по промежуточной аттестации	Характеристика качества сформированности компетенций
«зачтено» / «отлично»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на продвинутом уровне: обнаруживает всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.
«зачтено» / «хорошо»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на базовом уровне: основные знания, умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.

«зачтено» / «удовлетворительно»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на пороговом уровне: имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, в ходе контрольных мероприятий допускаются значительные ошибки, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ, при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации.
«не зачтено» / «неудовлетворительно»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на уровне ниже порогового: выявляется полное или практически полное отсутствие знаний значительной части программного материала, студент допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы, умения и навыки не сформированы.

5 Примеры оценочных средств для проведения текущей аттестации

5.1 Вопросы для собеседования (устного опроса):

1. Как вы можете сформулировать коммерческую или социальную проблему заказчика, которую призван решить ваш индивидуальный проект?
2. Каковы главные цели и задачи вашего рекламного проекта? Как они соотносятся с концепцией SMART?
3. Кто является целевой аудиторией вашего рекламного продукта? Опишите ее ключевые демографические и поведенческие характеристики.
4. Что такое «инсайт потребителя» и какой именно инсайт лежит в основе вашего проекта?
5. На основе каких критериев вы проводили сегментацию рынка для вашего рекламируемого объекта?
6. Назовите трех основных конкурентов вашего бренда. В чем заключаются их главные преимущества на рынке?
7. Какие сильные и слабые стороны рекламируемого объекта вы выявили в ходе SWOT-анализа?
8. Какие внешние угрозы и возможности для вашего бренда вы определили по матрице SWOT?
9. Какие методы сбора информации (кабинетные или полевые) вы использовали на аналитическом этапе и почему?
10. Как актуальный социально-экономический контекст и цифровизация влияют на продвижение выбранного вами продукта?
11. В чем заключается Уникальное торговое предложение (УТП) разработанного вами рекламного продукта?
12. Какую стратегию позиционирования бренда вы выбрали и как она отражена в вашей креативной концепции?
13. Обоснуйте выбор ключевого слогана для вашей рекламной кампании. Какую главную мысль он доносит до потребителя?
14. Какие типы рекламных текстов вы использовали в проекте и как вы адаптировали их стилистику под разные каналы коммуникации?
15. Расскажите о структуре и логике написанного вами сценария для рекламного видео/аудиоролика.
16. Какая шрифтовая пара и цветовая палитра были выбраны для фирменного стиля проекта? Обоснуйте этот выбор с точки зрения психологии восприятия рекламы.

17. Какими правилами композиции вы руководствовались при верстке оригинал-макетов наружной или печатной рекламы?

18. Какие программные средства и графические редакторы вы применяли для создания визуального контента и почему?

19. Каковы были этапы производства вашего рекламного видеоролика (препродакшн, продакшн, постпродакшн)?

20. Как устроена навигация и интерфейс (UI/UX) разработанной вами посадочной страницы (лендинга)?

21. Для чего в вашем проекте необходимо проводить A/B-тестирование рекламных креативов и какие элементы вы планируете протестировать?

22. На основе каких критериев вы выбирали каналы распространения рекламы для медиаплана?

23. Опишите параметры настройки таргетированной рекламы (гео, демография, интересы), которые вы заложили в проект.

24. Каков общий бюджет вашей рекламной кампании и какие статьи расходов в него включены?

25. С помощью каких метрик эффективности (KPI, ROI, CTR, конверсии) вы планируете оценивать успешность реализации проекта?

26. Проходили ли ваши рекламные макеты и тексты проверку на соответствие требованиям Федерального закона «О рекламе»? Какие именно статьи закона здесь важны?

27. Как в вашем проекте соблюдаются нормы авторского права при использовании чужих изображений, шрифтов или музыкальных треков?

28. Каковы основные выводы, к которым вы пришли в заключении своего индивидуального проекта?

29. Каким образом визуальные материалы и презентация помогают раскрыть главную идею вашего выступления на защите?

30. С какими трудностями в распределении времени вы столкнулись при самостоятельной работе над проектом и как их преодолели?

6 Примеры оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

6.1 Вопросы для собеседования (устного опроса):

1. Сформулируйте ключевую проблему бренда, ставшую основанием для разработки вашего индивидуального проекта.

2. Докажите коммерческую или социальную актуальность темы вашего проекта в условиях текущего состояния рекламного рынка России.

3. Какова главная цель вашего проекта и по каким критериям (дерево целей) вы определяли задачи для её достижения?

4. Объясните, как ваш календарный план-график помог вам распределить ресурсы в рамках 38 часов самостоятельной работы.

5. С какими непредвиденными рисками вы столкнулись в процессе проектирования и какие альтернативные решения были приняты?

6. Кто выступает основным заказчиком (или бенефициаром) результатов вашей проектной деятельности?

7. Какую личную или общественную значимость имеет ваш проект с точки зрения формирования ценностей (для социальных проектов)?

8. Опишите ваш личный вклад в развитие выбранной темы: в чем заключается новизна вашего подхода к продвижению объекта?

9. На основе каких аналитических данных вы выстраивали общую концепцию продвижения рекламного продукта?

10. Назовите три ключевые характеристики вашей целевой аудитории (ядра ЦА), которые определили визуальный стиль проекта.

11. Какой глубинный потребительский инсайт (Consumer Insight) вам удалось выявить и как он отражен в рекламном предложении?

12. Назовите прямых и косвенных конкурентов вашего объекта. Какое конкурентное преимущество вы сделали сквозным в проекте?

13. Прокомментируйте пересечение полей «Сильные стороны — Возможности» в вашей матрице SWOT-анализа.

14. Какие слабые стороны рекламируемого объекта вы компенсировали за счет предложенных рекламных инструментов?

15. Какие методы маркетинговых исследований (опросы, контент-анализ, фокус-группы) подтвердили правильность вашей концепции?

16. Каким образом специфика цифровой экономики (SMM, инфлюенс-маркетинг) учтена в вашем аналитическом отчете?

17. Сформулируйте Уникальное торговое предложение (УТП) продвигаемого продукта. В чем его отличие от предложений конкурентов?

18. Обоснуйте выбранную стратегию позиционирования. Как она дифференцирует бренд на перенасыщенном рынке?

19. Какова основная креативная идея (Big Idea) вашей рекламной кампании и через какие каналы она транслируется

20. Обоснуйте лингвистическую структуру вашего главного рекламного слогана. Почему он будет запоминающимся для ЦА?

21. Какие приемы психологического воздействия на потребителя (AIDA, PMHS и др.) заложены в текстах ваших объявлений?

22. Объясните логику построения сюжета и композицию сценария вашего рекламного видеоролика.

23. Как текстовый контент вашего проекта адаптирован под специфику восприятия в интернет-среде (краткость, кликабельность)?

24. Обоснуйте выбор цветовой палитры (фирменных цветов) проекта с точки зрения колористики и позиционирования бренда.

25. Какова логика построения композиции и модульной сетки в разработанных вами оригинал-макетах наружной рекламы?

26. Какими принципами визуальной иерархии вы руководствовались при верстке графических рекламных материалов?

27. Опишите технические параметры созданного видеоролика (разрешение, частота кадров, хронометраж) и обоснованность монтажных склеек.

28. Каким образом структура пользовательского интерфейса (UI/UX) вашего лендинга ведет посетителя к совершению целевого действия?

29. Результаты какого этапа работы определили необходимость проведения A/B-тестирования элементов дизайна (кнопок, баннеров)?

30. Какое лицензионное или бесплатное программное обеспечение (софт) позволило вам реализовать технические задачи проекта?

31. Обоснуйте структуру вашего медиаплана. Почему выбран именно такой сплит (сочетание) рекламных каналов?

32. Какие форматы размещения рекламы (CPC, CPM, фиксированное размещение) вы заложили в бюджет и почему?

33. Какими настройками таргетинга в рекламных кабинетах вы обеспечили попадание креативов точно в целевую аудиторию?

34. Из каких статей складывается себестоимость производства и размещения разработанного вами рекламного продукта?

35. По каким прогнозным показателям (KPI, ROI, ROMI) инвестор или заказчик сможет судить о финансовой успешности проекта? (П7, Л4)36. Каковы планируемые показатели коммуникативной эффективности вашей кампании (охват, частота контактов, вовлеченность)?

37. Каким статьям Федерального закона «О рекламе» полностью соответствуют созданные вами макеты (проверка на добросовестность и достоверность)?

38. Какие юридические инструменты и правила использовались вами для защиты авторских прав на элементы созданной айдентики?

39. К каким главным теоретическим и практическим выводам вы пришли в разделе «Заключение» вашей пояснительной записки?

40. Каким образом логика вашего выступления и демонстрационный материал (презентация) доказывают достижение цели проекта?