

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА  
УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ**

ПМ 01. Разработка и создание рекламной продукции  
программы подготовки специалистов среднего звена

42.02.01 Реклама

Форма обучения: очная

Владивосток 2020

Рабочая программа производственной практики ПМ 01 Разработка и создания дизайна рекламной продукции разработана в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Минобрнауки России от 12.05.2014 N 510 "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама"

Разработчик(и): Н.А. Марченко, преподаватель

Рассмотрено и одобрено на заседании цикловой методической комиссии

От « 21 » апреля 20 20 г. протокол № 5

Председатель Методического совета СПО А.Т. Бондарь А.Т. Бондарь

## **СОДЕРЖАНИЕ**

- 1 ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ**
- 2 ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПРИ ПРОХОЖДЕНИИ ПРАКТИКИ, СООТНЕСЁННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ООПСПО**
- 3 ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ**
- 4 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ**
- 5 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ**
- 6 МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ И ПО ПОДГОТОВКЕ ОТЧЕТА ПО ПРАКТИКЕ**
- 7 ПРИЛОЖЕНИЯ**
  - Приложение А. Макет направления на практику
  - Приложение Б. Макет индивидуального договора на практику
  - Приложение В. Макет индивидуального задания на практику
  - Приложение Г. Пример оформления дневника практики
  - Приложение Д. Рекомендации к оформлению отчета по практике
  - Приложение Е. Образец оформления титульного листа отчета по практике
  - Приложение Ж. Макет аттестационного листа
  - Приложение З. Макет характеристики на студента

## **1 ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ**

### **1.1 Место практики в структуре основной образовательной программы**

Программа профессионального модуля (далее - программа) – является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 «Реклама» (базовый уровень) в части освоения основных видов профессиональной деятельности по модулю ПМ.01 «Разработка и создание дизайна рекламной продукции».

Учебная практика является частью учебного процесса и направлена на формирование у студентов общих и профессиональных компетенций. Практика проводится в 4 на базе основного общего образования, 2 семестре на базе среднего образования, трудоёмкость составляет 72 часа, 2 недель.

Форма контроля - зачёт.

Форма проведения практики – *дискретно*.

### **1.2 Цель и задачи практики**

Целью учебной практики по профессиональному модулю ПМ 01 «Разработка и создание дизайна рекламной продукции» является формирование у обучающихся умений, приобретение первоначального практического опыта для последующего освоения общих и профессиональных компетенций по специальности.

Углубление и закрепление теоретических знаний, полученных при изучении учебных циклов и профессиональных модулей; комплексное освоение всех видов профессиональной деятельности; приобретение первоначальных практических навыков и профессиональных умений по избранной специальности; формирование общих и профессиональных компетенций ; - приобретение практических навыков в будущей профессиональной деятельности или в отдельных ее разделах.

Задачами практики являются:

- подготовка специалистов к осознанному и углубленному изучению дисциплин учебных циклов и профессиональных модулей, привитие им первичных умений и навыков по избранной специальности;

- овладение профессиональной деятельностью по специальности, развитие профессионального мышления;

-закрепление, расширение, углубление и систематизация знаний, полученных при изучении дисциплин, определяющих профиль специальности;

-формирование представлений о культуре труда, культуре и этике межличностных отношений, потребности бережного отношения к рабочему времени, качественного выполнения заданий, соблюдению правил и норм охраны труда, технике безопасности и противопожарной защите. Поставленные цели достигаются путем знакомства обучающихся с работой различных предприятий, организаций, учреждений, независимо от их организационно -правовых форм

## **2 ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПРИ ПРОХОЖДЕНИИ ПРАКТИКИ, СООТНЕСЁННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ООП СПО**

В соответствии с основным видом деятельности: Разработка и создание дизайна рекламной продукции, к которому готовятся выпускники, в результате прохождения практики, обучающиеся должны продемонстрировать следующие результаты обучения:

**иметь практический опыт:**

-выбора художественной формы реализации рекламной идеи;

-создания визуального образа с рекламными функциями;

-художественного конструирования рекламных продуктов по заданию.

**уметь:**

-осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги;

-разрабатывать композиционное решение рекламного продукта;

-использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы;

-составлять рекламные тексты.

**знать:**

-выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы;

-приемы и принципы составления рекламного текста;

-композицию, шрифтовую и художественную графики в рекламе;

-методы проектирования рекламного продукта;

-методы психологического воздействия на потребителя.

В результате прохождения практики у обучающихся формируются общие компетенции (ОК) и профессиональные компетенции (ПК), соответствующие основному виду деятельности:

Код компетенции	Формулировка компетенции
ОК1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК2	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество
ОК3	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
ОК4	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК5	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК6	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК7	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.
ОК8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК9	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.
ОК10	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.
ОК11	Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.
Основной вид деятельности <i>Разработка и создание дизайна рекламной продукции</i>	
ПК 1.1	Осуществлять поиск рекламных идей.
ПК 1.2.	Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.
ПК 1.3.	Разрабатывать авторские рекламные проекты.
ПК 1.4.	Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.
ПК 1.5.	Создавать визуальные образы с рекламными функциями.

### **3 ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ**

#### **3.1 Этапы прохождения практики**

Содержание учебной практики по профессиональному модулю ПМ 01 «Разработка и создание дизайна рекламной продукции» структурированное по разделам и видам работ с указанием основных действий и последовательности их выполнения, приведено в таблице.

Этап практики <sup>1</sup>	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся. Виды работ <sup>2</sup>	Количество часов	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	4
Подготовительный	1. Организационное собрание: - ознакомление с особенностями прохождения практики; - согласование плана практики; - получение индивидуального задания на практику.	1	ОК 1-11
	2. Инструктаж по технике безопасности: - ознакомление с правилами безопасности при выполнении работ; - общее ознакомление с технологическим процессом на данном участке работы; - ознакомление с опасными зонами работ.	1	ОК 1-11
Основной (экспериментальный)	1. Ознакомление с предприятием	1	ОК 1-11
	2. Разработка и создание визиток	9	ОК 1-11, ПК 1.1–1.3
	3. Разработка и создание календаря	9	ОК 1-11, ПК 1.1–1.3
	4. Разработка и создание фирменных бланков, конвертов, папок, буклета	9	ОК 1-11, ПК 1.1–1.3
	5. Создание и разработка рекламного плаката	9	ОК 1-11, ПК 1.1–1.3
	6. Разработка и создание фонового стенда для выставок	9	ОК 1-11, ПК 1.1–1.3
	7. Разработка и создание рекламного обращения	9	ОК 1-11, ПК 1.1–1.5
	8. Выполнение рекламного макета на основе фотографий. Обработка и ретушь фотографий.	9	ОК 1-11, ПК 1.1–1.5
Заключительный	1. Обобщение полученных материалов	2	
	2. Подготовка и оформление отчета о практике	2	
	3. Защита отчета по практике в форме конференции	2	
<b>Всего:</b>		<b>72</b>	

### 3.2 Задания на практику

1. Задания на практику разрабатываются в соответствии с планируемыми результатами обучения.
2. Изготовление эскиза рекламного продукта по выбору студента (логотип специальности, визитная карточка, рекламный плакат и т.д.).
3. Разработка визуально-графических решений рекламного продукта.
4. Представление в отчете трех вариантов рекламного продукта (подготовительный, промежуточный, итоговый).
5. Выполнить анализ ситуации: «Создание рекламного плаката – афиши, рекламной брошюры, рекламного буклета учебного заведения»
6. Проведение опроса целевой аудитории: составление анкеты опроса, обработка информации, подведение итогов.
7. Анализ социологических исследований.

8. Определить основную образную идею проекта – дизайн - концепцию, сформулировать ее смысловое содержание как идейно-тематическую основу проектного замысла (образ, текстовое содержание).
9. Подготовить эскизы брошюры, образ, шрифтовое решение. Композиционные схемы. Выполнить графическое решение буклета с помощью графического редактора CorelDraw.
10. Подготовить эскизы плаката, образ, шрифтовое решение. Композиционные схемы. Выбрать оптимальные выразительные и художественно-изобразительные средства для создания афиши на заданную тему. Выполнить графическое решение афиши с помощью графического редактора CorelDraw.
11. Подготовить эскизы брошюры, образ, шрифтовое решение. Композиционные схемы. Выбрать оптимальные выразительные и художественно-изобразительные средства для создания брошюры «Профессии МКС», «Творческие объединения МКС».
12. Выполнить графическое решение брошюры с помощью графического редактора CorelDraw.
13. Изложить в письменном виде обоснование идеи и средств проектного решения, выводы по проделанной работе.
14. Дизайн упаковки товара. Подготовить креативный эскиз упаковки товара, придумать концепцию рекламного воздействия. Построить макет развертки упаковки. Выбрать оптимальные выразительные и художественно-изобразительные средства для художественного оформления.
15. Выполнить графическое решение упаковки с помощью графического редактора CorelDraw. Собрать упаковку.
16. Дизайн выставочного стенда и витрин, фотозоны по заданию. Подготовить техническое задание. Сформировать главную идею выставочного стенда. Провести функциональное зонирование выставочного пространства. Создание концепции. Разработка художественно-архитектурного проекта, создание эскизов соответствии с поставленными задачами, и полученных от клиента ориентиров, таких как: логотип, особенностей фирменных элементов стиля. Определение этапов создания стенда.
17. Разработать дизайн необходимых арт-объектов. Выполнить графическое решение плакатов, баннеров и других печатных рекламных продуктов (в соответствии с эскизом проекта) с помощью графического редактора CorelDraw.
18. Изготовление макета выставочного стенда в соотношении 1\*10.

## **4 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ**

### **4.1 Материально-техническое обеспечение**

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

Основное оборудование: Графическая станция; Доска настенная меловая магнитная; Кресло офисное; Мультимедийный проектор с экраном; Принтер; Сервер; Стол компьютерный.

Программное обеспечение: 1. Microsoft Windows 7 Professional ((ИП Струлев О.Ю., договор №31908114775 от 43696, лицензия от 43710, бессрочно)). 1. Windows 10 Pro ((ООО "Битроникс", контракт №0320100030814000018-45081 от 41891, лицензия №64099496 от 41900, бессрочно)). 2. Microsoft Office ProPlus 2010 Russian Acadmc ((ИП Струлев О.Ю., договор №31908114775 от 43696, лицензия от 43710, бессрочно)). 2. OfficeProfessional Plus 2019 AcademicEdition ((ООО "Битроникс", контракт №0320100030814000018-45081 от 41891, лицензия №64099496 от 41900, бессрочно)). 3. Adobe Creative Cloud ((ООО "Информика", договор №32008982727 от 43937, лицензия №118425564 от 43929, 1 год)). 3. СПС КонсультантЮрист: Версия Проф ((ООО "Акцент", договор №764 от 43752, лицензия №V8953642, действие от 43770 до 44135)). 4. CorelDRAW Graphics Suite 2020 Education License (Windows) ((ООО "Битроникс", договор №31806189146 от 43199, лицензия от 43200, бессрочно)). 5. Adobe Acrobat Reader ((ИП Подвигаило А.А., договор №30-03/2019, счет №30/с от 43563, бессрочно)). 5. V-Ray Educational license for 3ds Max ((ООО "Высшие компьютерные курсы бизнеса", счет №2017-0427-001 от 42852, бессрочно)). 6. Adobe Flash Player ((ИП Подвигаило А.А., договор №30-03/2019, счет №30/с от 43563, бессрочно)). 6. Доступ к Интернет ((ООО "Битроникс", контракт №0320100030814000018-45081 от 41891, лицензия №64099496 от 41900, бессрочно)). 7. 7-Zip 18.01 (x64) ((ИП Подвигаило А.А., договор №30-03/2019, счет №30/с от 43563, бессрочно)). 7. Autodesk 3ds Max 2018 ((ИП Подвигаило А.А., договор №30-03/2019, счет №30/с от 43563, бессрочно)). 8. Autodesk Fusion 360 ((ИП Подвигаило А.А., договор №30-03/2019, счет №30/с от 43563, бессрочно)). 8. Autodesk Maya 2018 ((ИП Подвигаило А.А., договор №30-03/2019, счет №30/с от 43563, бессрочно)).

10. Архиватор 7-Zip ((ИП Подвигаило А.А., договор №30-03/2019, счет №30/с от 43563, бессрочно)).
11. Google Chrome ((ИП Подвигаило А.А., договор №30-03/2019, счет №30/с от 43563, бессрочно)).
12. Mozilla Firefox ((ИП Подвигаило А.А., договор №30-03/2019, счет №30/с от 43563, бессрочно)).

#### **4.4. Перечень учебных изданий, Интернет ресурсов, дополнительной литературы.**

##### **Законодательные и нормативные акты**

1. Конституция Российской Федерации;
2. Федеральный закон от 13 марта 2006 г. N 38-ФЗ "О рекламе" (с изменениями и дополнениями);

##### **Основная литература:**

1. Пашкова, И. В. Проектирование: проектирование упаковки и малых форм полиграфии : учебное пособие для вузов / И. В. Пашкова. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. <https://urait.ru/book/proektirovanie-proektirovanie-upakovki-i-malyh-form-poligrafii-457011>
2. Алексеев, А. Г. Дизайн-проектирование : учебное пособие для среднего профессионального образования / А. Г. Алексеев. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. <https://urait.ru/book/dizayn-proektirovanie-456785>

##### **Дополнительная литература:**

1. Основы дизайна и композиции: современные концепции : учебное пособие для среднего профессионального образования / Е. Э. Павловская [и др.] ; ответственный редактор Е. Э. Павловская. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. <https://urait.ru/book/osnovy-dizayna-i-kompozicii-sovremennye-koncepcii-456065>

##### **Интернет-ресурсы:**

1. <http://www.akarussia.ru/> - Ассоциация Коммуникационных Агентств России (АКАР)
2. [www.advertology.ru](http://www.advertology.ru)
3. [www.reklamist.com](http://www.reklamist.com) - «Энциклопедия Рекламных Знаний»
4. <http://www.iaa.ru/> - Международная рекламная ассоциация, российское отделение
5. [www.AdVesti.ru](http://www.AdVesti.ru) - о рекламе и маркетинге в России и мире
6. [www.Adindex.ru](http://www.Adindex.ru)
7. <http://www.adme.ru/>
8. <http://www.sostav.ru/>
9. <http://kak.ru/> - журнал о дизайне и рекламе
10. <http://www.prosmi.ru/> - журнал «Практика рекламы»
11. <http://www.advi.ru/> - журнал «Рекламные идеи»
12. <http://www.koob.ru/advertising/> - электронная библиотека



Результаты обучения	Критерии оценки	Методы оценки
<p>-выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы;</p> <p>-приемы и принципы составления рекламного текста;</p> <p>-композицию, шрифтовую и художественную графику в рекламе;</p> <p>-методы проектирования рекламного продукта;</p> <p>-методы психологического воздействия на потребителя.</p>	Знать, уверенно называть, различать	Зачет по учебной практике
<p>-осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги;</p> <p>-разрабатывать композиционное решение рекламного продукта;</p> <p>-использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы;</p> <p>-составлять рекламные тексты.</p>	Демонстрировать разработанное композиционное решение. Уметь обосновать использование выбранных средств. Демонстрация составленного текста.	Зачет по учебной практике
<p>-выбора художественной формы реализации рекламной идеи;</p> <p>-создания визуального образа с рекламными функциями;</p> <p>-художественного конструирования рекламных продуктов по заданию.</p>	Демонстрировать созданные продукты по заданию заказчика, соответствующие профессиональным критериям качества.	Зачет по учебной практике

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

## **6 МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ И ПО ПОДГОТОВКЕ ОТЧЕТА ПО ПРАКТИКЕ**

По результатам учебной практики обучающийся обязан представить отчет и дневник практики, отзыв-характеристику руководителя практики от предприятия (организации). Содержание отчета должно соответствовать программе практики, отчет представляется в печатном варианте объемом 15-20 страниц машинописного текста. Отчет включает введение, основную часть, заключение, приложения. В вводной части, отражается значимость рекламы для продвижения товаров (услуг) в организации (подразделении). Основная часть отчета должна содержать оценку и анализ визуальных образов и дизайна рекламной продукции организации, оценку и анализ эффективности рекламной деятельности и средств продвижения рекламного продукта в организации.

### **1. Общая характеристика предприятия:**

- Район размещения организации, организационно-правовая форма предприятия.
- Характеристика основных внешних и внутренних связей предприятия. Рекламная деятельность организации по продвижению продукта (товара). Виды отчетных документов для регистрации авторского права на рекламный продукт.

- Характеристика и дизайн логотипа организации.

- Предложения по разработке и созданию дизайна рекламной продукции организации.

- Составление и оформление текста рекламных объявлений.

### **2. Управление производством**

- Организационная структура предприятия

- Организационная структура управления. Схема взаимосвязи подразделений, служб, отделов, звеньев управления. Функции управления. Наличие должностных инструкций и положений, определяющих функции подразделений и управленческого персонала. Ознакомление с инструкцией на примере одного подразделения и должности, состав и назначение подразделений, участков, служб; правилами внутреннего трудового распорядка и инструкциями по технике безопасности.

- Персонал предприятия. Численность персонала по отделам и службам. Их удельный вес в общей численности трудящихся.

- Системы мотиваций и продвижения по службе. Участие трудящихся в капитале и распределении прибыли.

### **3. Экономические показатели работы рекламной деятельности предприятия. Рекламные расходы организации.**

Заключение должно содержать выводы по всем анализируемым вопросам и рекомендации предприятию (подразделению) по совершенствованию рекламной деятельности предприятия. В приложения включается в заполненном виде образцы сопроводительных и отчетных документов, актов, договоров (контрактов), сертификатов, деклараций, прайс-листов, рисунков, фотографий, эскизов и других дополнительных материалов, с которыми работал обучающийся на практике. Во время проведения итогового контроля проверяются объем изученного материала, результаты самостоятельной работы, отраженные в отчете и дневнике.

### **6.1 Общие положения**

Направление студентов на практику оформляется приказом, которым утверждается вид практики, сроки проведения практики, место прохождения практики, руководитель практики из числа преподавателей и мастеров производственного обучения ВГУЭС и руководитель практики от профильной организации. Студент вправе самостоятельно выбрать место прохождения практики, согласовав его с руководителем от ВГУЭС, если программа практики будет реализована в данной организации (предприятии) в полном объеме.

Студенты, совмещающие обучение с трудовой деятельностью, имеют право проходить практику в организации (предприятии) по месту работы в случаях, если осуществляемая ими профессиональная деятельность соответствует целям практики.

Продолжительность рабочего дня студентов при прохождении практики составляет 36 часов в неделю независимо от возраста.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов выбор мест прохождения практик согласуется с требованием их доступности для данных обучающихся и практика проводится с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья. При необходимости (по заявлению обучающегося) предоставляется учебная информация в доступных формах: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания, консультации и др.

## Сведения о местах проведения практик

Практика проводится в структурных подразделениях университета

### **6.2 Обязанности руководителей практики и обучающихся**

#### Руководитель практики от ВГУЭС:

- проводит организационное собрание, на котором знакомит обучающихся с особенностями проведения и с содержанием практики;
- выдает студенту индивидуальное задание на практику и рабочий график (план);
- участвует в распределении обучающихся по рабочим местам и видам работ в организации;
- осуществляет контроль за соблюдением сроков проведения практики и соответствием ее содержания требованиям, установленным ООП СПО;
- оказывает методическую помощь (консультирование) обучающимся при выполнении ими индивидуальных заданий;
- по окончании практики проводит промежуточную аттестацию в форме защиты отчета по практике;
- выставляет результат промежуточной аттестации в ведомость и зачетную книжку студента.

#### Обучающийся должен:

- присутствовать на организационном собрании по практике;
- своевременно прибыть на место практики с предъявлением направления;
- соблюдать внутренний распорядок, выполнять требования охраны труда и режима рабочего дня, соответствующие действующим нормам трудового законодательства;
- полностью выполнять все виды работ в сроки, установленные заданием на практику;
- ежедневно заполнять дневник практики;
- по завершению практики в установленные сроки сдать руководителю практики от ВГУЭС оформленные в соответствии с требованиями настоящей программы отчетные документы по практике.

### **6.3 Документы, регламентирующие проведение практики**

Для прохождения практики студенту выдается:

- направление на практику (Приложение А);
- индивидуальный договор на практику (Приложение Б), который заключается между ВГУЭС и учреждениями, организациями, предприятиями независимо от их форм собственности, в соответствии с которыми последние обязаны предоставлять места для прохождения практики студентам-практикантам;
- индивидуальное задание (Приложение В);
- макет дневника практики (Приложение Г);
- рекомендации по оформлению отчета по практике (Приложения Д, Е).

Руководитель практики от профильной организации оформляет аттестационный лист о результатах прохождения практики обучающимся (Приложение Ж) и характеристику (Приложение З).

### **6.4 Контроль и оценка результатов практики**

Контроль за прохождением практики осуществляется руководителем практики от ВГУЭС в период посещения мест проведения практики, бесед с руководителями практики от предприятий, встреч с обучающимися.

По окончании практики студенты предоставляют руководителю документы, свидетельствующие о выполнении программы практики в полном объеме:

- дневник и отчет по практике в соответствии с индивидуальным заданием;
- аттестационный лист и характеристику на обучающегося, оформленные руководителем практики от предприятия.

Дневник практики (Приложение Г) ведется студентом ежедневно, в нем указываются дата, виды и объем работ, выполненных за день, а также проставляется оценка и подпись руководителя практики от предприятия.

По итогам практики руководителями формируются аттестационные

листы(ПриложениеЖ), содержащие сведения об уровне освоения обучающимся профессиональных компетенций, а также характеристики(Приложение З)на обучающихся за период прохождения практики.

Дневник, аттестационный лист. характеристика заверяются печатью и подписью руководителя практики от предприятия.

На протяжении всего периода работы в организации студент должен в соответствии с программой практики собирать и обрабатывать необходимый материал, а затем представить его в виде оформленного отчета о практике своему руководителю. Отчет о практике является основным документом студента, отражающим, выполненную им во время практики работу. Отчет о практике составляется индивидуально каждым студентом. В плане – графике по практике рекомендуется отводить завершающие 2-3 дня для составления, редактирования и оформления отчета студентами.

Отчет о практике должен включать текстовый, графический и другой иллюстративный материал. Отчет должен отражать выполнение индивидуального задания программы практики, заданий и поручений, полученных от руководителя практики организации (предприятия). Отчет должен содержать анализ деятельности организации (предприятия), выводы о приобретенных навыках и практическом опыте по конкретным видам работ. Рекомендации по написанию и оформлению отчета приведены в Приложениях Д, Е.

#### Аттестация по практике

Оформленный отчет по практике с прилагаемыми к нему документами (дневник практики, аттестационный лист, характеристика)сдаются руководителю практики студентом в сроки, определенные графиком учебного процесса и этапами прохождения практики. Результаты обученияпо практике оцениваются руководителем практики от ВГУЭС на зачете с выставлением оценки. К сдаче зачета в форме защиты отчета по практике допускаются студенты, выполнившие требования программы практики и предоставившие отчетные документы. Руководитель практики на основании критериев, представленных в КОС по практике, проводит промежуточную аттестацию и выставляет результат в ведомость и зачетную книжку студента.

Студент, на защитивший в установленные сроки отчет по практике, считается имеющим академическую задолженность. Студент, не выполнивший программу практики по уважительной причине (без уважительной причины), направляется на практику повторно в свободное от учебы время.

## ПРИЛОЖЕНИЕ А

### *Макет направления на практику*

#### НАПРАВЛЕНИЕ НА ПРАКТИКУ

Студент(ка) \_\_\_\_\_

Фамилия, имя, отчество

курс \_\_\_\_\_ группа \_\_\_\_\_, обучающийся(щаяся) по специальности / профессии СПО

направляется на(вид)практику \_\_\_\_\_

в объёме \_\_\_\_\_ недель (часов), продолжительность практики с \_\_\_\_\_ по \_\_\_\_\_, в соответствии с приказом от \_\_\_\_\_ № \_\_\_\_\_

Место \_\_\_\_\_ прохождение \_\_\_\_\_ практики \_\_\_\_\_

Руководитель практики от ВГУЭС \_\_\_\_\_

*фамилия, имя, отчество, должность*

#### ОТМЕТКА О ПРИБЫТИИ СТУДЕНТА НА МЕСТО ПРАКТИКИ

Прибыл на место практики «\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ г.

Принят на работу в качестве \_\_\_\_\_

Руководителем практики от предприятия (учреждения) назначен \_\_\_\_\_

*фамилия, имя, отчество, должность*

М. П. \_\_\_\_\_ Руководитель предприятия (учреждения) \_\_\_\_\_

Приступил к работе с «\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ в 20 \_\_\_\_ г.

Руководитель практики от предприятия (учреждения) \_\_\_\_\_

Выбыл в образовательную организацию «\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ в 201\_ г.

М. П. \_\_\_\_\_ Руководитель предприятия (учреждения) \_\_\_\_\_

## ПРИЛОЖЕНИЕ Б

### *Макет индивидуального договора на практику*

#### Договор № \_\_\_\_\_ о проведении (*вид*)практики

г. Владивосток

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ г.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Владивостокский государственный университет экономики и сервиса» (ВГУЭС), именуемое в дальнейшем «Университет», в лице \_\_\_\_\_, действующего на основании доверенности № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_, с одной стороны, и \_\_\_\_\_, именуемый в дальнейшем «Предприятие», в лице \_\_\_\_\_, действующего на основании Устава предприятия, с другой стороны, совместно именуемые «Стороны», заключили настоящий Договор о нижеследующем:

#### **1. Предмет Договора**

Предметом настоящего Договора является направление на (*вид*)практику обучающихся ВГУЭС.

#### **2. Права и обязанности сторон**

##### **2.1 Университет:**

2.1.1. Руководствуясь учебными планами и рабочей программой (*указать вид*) практики для подготовки *квалифицированных рабочих, служащих/специалистов среднего звена* направляет на (*указать вид*)практику обучающихся ВГУЭС согласно прилагаемого списка *профессии/специальности*(*указать код, наименование профессии/специальности*), на период с \_\_\_\_\_ по \_\_\_\_\_ 20 г.

Общее количество часов практики на одного обучающегося составляет \_\_\_\_\_ часов.

2.1.2. В соответствии с «Положением о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы среднего профессионального образования», утвержденным приказом Минобрнауки РФ № 291 от 18 апреля 2013 г., обеспечивает предварительную профессиональную подготовку, изучение и соблюдение правил технической эксплуатации оборудования, правил поведения на рабочих местах и на территории предприятия, правил и норм безопасности труда, действующих на предприятии. В период (*вид*)практики, обучающиеся подчиняются правилам внутреннего трудового распорядка «Предприятия».

##### **2.2. Предприятие:**

2.2.1. Предоставляет обучающимся оснащенные соответственно *профессии/специальности* рабочие места. Поручает выполнение работ, соответствующих *профессии/специальности* в объемах, обеспечивающих полную загрузку обучающихся в течении всего периода (*вид*)практики. Не допускается привлечение обучающихся к работам, не предусмотренным программой (*вид*)практики.

2.2.2. Обеспечивает на объектах (*вид*)практики условия труда, отвечающие санитарно – гигиеническим требованиям и нормам. Проводит инструктажи по безопасным методам труда.

2.2.3. Назначает руководителей (*вид*)практики из числа инженерно- технических работников или квалифицированных рабочих.

2.24. Осуществляет технический контроль, приём и учёт выполняемых работ в порядке, установленном на «Предприятии».

2.25. По результатам (вид)практики формируется аттестационный лист, содержащий сведения об уровне освоения обучающимся профессиональных компетенций, а также характеристика по освоению общих компетенций в период прохождения практики.

2.26. В период прохождения (вид)практики на предприятии по образовательным программам подготовки специалистов среднего звена при освоении модуля по рабочей профессии обучающиеся могут выполнять пробную квалификационную работу, на основании которой присваивается квалификационный разряд по рабочей профессии.

### **3. Дополнительные обязательства сторон**

3.1. При ненадлежащем исполнении обязанностей по настоящему Договору стороны несут ответственность в соответствии с законодательством РФ.

3.2. Споры, возникающие между сторонами по настоящему договору, решаются в установленном законодательством РФ порядке.

3.3. Изменения и дополнения к договору оформляются в письменном виде и подписываются представителями обеих сторон.

### **4. Срок действия договора**

4.1. Настоящий договор вступает в силу с момента его подписания обеими сторонами и действует до даты окончания практики.

4.2. Настоящий договор составлен в двух экземплярах, имеющих одинаковую юридическую силу, по одному для каждой из сторон.

4.3. Договор может быть расторгнут в одностороннем порядке при существенном нарушении другой стороной условий настоящего соглашения. Договор считается расторгнутым с момента получения виновной стороной уведомления о расторжении Договора.

### **5. Реквизиты сторон**

#### *Университет*

#### *Предприятие*

ВГУЭС  
690014 г. Владивосток  
ул. Гоголя 41  
Банковские реквизиты:  
ИНН 2536017137 / КПП 253601001  
УФК по Приморскому краю  
(ВГУЭС л/с 20206U82120)  
р/с 40501810205072000002  
в Дальневосточное ГУ Банка России  
БИК 040507001 ОКТМО 05701000

\_\_\_\_\_

должность

\_\_\_\_\_

подпись

\_\_\_\_\_

Ф.И.О.

\_\_\_\_\_

должность

\_\_\_\_\_

подпись

\_\_\_\_\_

Ф.И.О.

## ПРИЛОЖЕНИЕ В

### Макет индивидуального задания на практику

#### ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ ПО УЧЕБНОЙ ПРАКТИКЕ

Студент(ка) \_\_\_\_\_  
Фамилия Имя Отчество

обучающийся на \_\_\_\_\_ курсе, по специальности \_\_\_\_\_

направляется на учебную практику \_\_\_\_\_

в объеме \_\_\_\_\_ часов

в период с «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. по «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 201\_\_ г.

в организации \_\_\_\_\_

наименование организации, юридический адрес

Виды и объем работ в период (вид) практики:

№ п/п	Виды работ	Кол-во часов
1.		
2.		
3.		
4.		

Дата выдачи задания «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Срок сдачи отчета по практике «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Руководитель  
(структурное подразделение СПО ВГУЭС)

\_\_\_\_\_ *подпись*

\_\_\_\_\_ *Ф.И.О.*



## ПРИЛОЖЕНИЕ Г

### Пример оформления дневника практики

# ДНЕВНИК прохождения (вид) практики

Студент (ка) \_\_\_\_\_

*Фамилия Имя Отчество*

Специальность/профессия \_\_\_\_\_

Группа \_\_\_\_\_

Место прохождения практики \_\_\_\_\_

Сроки прохождения с \_\_\_\_\_ по \_\_\_\_\_

Инструктаж на рабочем месте «\_\_» \_\_\_\_ 201\_ г \_\_\_\_\_  
*дата подпись Ф.И.О. инструктирующего*

Дата (период)	Описание выполнения производственных заданий (виды и объем работ, выполненных за день)	Оценка	Подпись руководителя практики
2-3 дня	Оформление отчёта практики		
последний день	Дифференцированный зачет		

Руководитель \_\_\_\_\_

*подпись*

*Ф.И.О.*

М.П.

1. Дневник ведется по каждому разделу практики.
2. В начале дневника заполняется график прохождения практики по датам и количеству дней, в соответствии с программой практики, делается отметка о проведенном инструктаже по охране труда.
3. Ежедневно в графе «Описание выполнения производственных заданий» записывается проведенная работа в соответствии с программой практики и указанием непосредственного руководителя, а также заносятся подробные описания действий, студента на практике.
4. В записях следует четко выделить:
  - с чем ознакомился
  - что видел и наблюдал
  - что было сделано самостоятельно
5. В графе «Оценка» и «Подпись руководителя практики» учитывается выполнение указаний по ведению дневника, проставляется оценка качества проведенных самостоятельных работ.

## ПРИЛОЖЕНИЕ Д

### *Рекомендации к оформлению отчета по практике*

Отчет оформляется в соответствии с требованиями СК-СТО-ТР-04-1.005-2015 «Требования к оформлению текстовой части выпускных квалификационных работ, курсовых работ (проектов), рефератов, контрольных работ, отчетов по практикам, лабораторным работам. Структура и правила оформления».

Рекомендуется следующий порядок размещения структурных элементов в отчете:

1. Титульный лист;
2. Направление на практику;
3. Индивидуальное задание;
4. Отчет о выполнении заданий по практике, включающий в себя: введение, основную часть, заключение, список использованных источников, приложения.

5. Дневник по практике;

6. Характеристика на практиканта;

7. Аттестационный лист;

Структурные элементы перечислены в порядке размещения их в документе.

Все необходимые материалы по практике комплектуются студентом в папку-скоросшиватель.

Структура отчета по практике

**Титульный лист** - первая страница отчета, содержит следующие реквизиты: наименование министерства, полное наименование учебного заведения, наименовании и вид практики, сведения об авторе работы, сведения о руководителе практики. (Приложение Е)

**Содержание** - перечисление информационных блоков отчёта с указанием соответствующих страниц.

**Введение** - включает формулировку задания на практику, цели и задачи прохождения практики, перечень основных видов работ, выполняемых в процессе практики, дается краткая характеристика организации (предприятия) - места прохождения практики, ее организационная структура, виды деятельности и т. д.

**Основная часть** - разделяется на несколько частей, согласно индивидуального задания, включает в себя описание организации работы в процессе практики; описание практических задач, решаемых студентом за время прохождения практики, полученный практический опыт и умения, приобретенные обучающимся во время прохождения практики

**Заключение** – содержит в себе выводы о результатах выполненных работ; необходимо описать навыки и умения, приобретенные за время практики; дать предложения по совершенствованию и организации работы предприятия или участка, на котором проходила практика; сделать индивидуальные выводы о практической значимости для себя пройденного вида практики.

**Список использованных источников** – оформляется в соответствии с требованиями СК-СТО-ТР-04-1.005-2015 (п. 4.9).

**Приложения** - раздел, содержащий образцы и копии документов, рисунки, таблицы, фотографии изображения, схемы, и т.д., по перечню приложений, указанному в программе практики.

Рекомендуемый объем отчёта по учебной практике, практике по профилю специальности – от 10 до 15 листов, по преддипломной практике 15-20 листов формата А4 (без учёта приложений).

## ПРИЛОЖЕНИЕ Е

*Образец оформления титульного листа отчета по практике*

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА

### ОТЧЕТ ПО (ВИД) ПРАКТИКЕ

по профессиональному модулю (*индекс, наименование*) /  
*преддипломная*

программы подготовки специалистов среднего звена /  
квалифицированных рабочих и служащих

*XX.XX.XX Наименование специальности / профессии*

период с «\_\_» \_\_\_\_\_ по «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ года

Студент:

группа \_\_\_\_\_ Ф.И.О.  
*подпись*

Организация:

Руководитель практики \_\_\_\_\_ /Ф.И.О./  
*подпись*

Отчет защищен:

с оценкой \_\_\_\_\_

Владивосток 20\_\_

## ПРИЛОЖЕНИЕ Ж

### Макет аттестационного листа

#### АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ

Студент \_\_\_\_\_

обучающийся на \_\_\_\_\_ *Фамилия Имя Отчество* \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_ курсе по специальности/профессии \_\_\_\_\_

прошел \_\_\_\_\_ *код и наименование* \_\_\_\_\_  
*(вид)* практику \_\_\_\_\_ по \_\_\_\_\_ профессиональному \_\_\_\_\_ модулю

\_\_\_\_\_ *(индекс, наименование)*

в объеме \_\_\_\_\_ часов в период  
с \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. по \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.  
в \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ *наименование организации*

#### Виды и качество выполнения работ в период прохождения практики:

<b>Код и формулировка формируемых профессиональных компетенций</b>	<b>Виды работ, выполненных обучающимся во время практики в рамках овладения компетенциями</b>	<b>Качество выполнения работ (отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно)</b>

#### Заключение об уровне освоения обучающимися профессиональных компетенций:

\_\_\_\_\_ *(освоены на продвинутом уровне / освоены на базовом уровне / освоены на пороговом уровне / освоены на уровне ниже порогового)*

Дата \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Оценка за практику \_\_\_\_\_

Руководитель практики от предприятия \_\_\_\_\_ *подпись* \_\_\_\_\_ *Ф.И.О.*

М.П.

## ПРИЛОЖЕНИЕ 3

### *Макет характеристики на студента*

## ХАРАКТЕРИСТИКА

### о прохождении (вид) практики студентом

Студент \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ (ФИО студента) № курса/группы \_\_\_\_\_  
проходил практику с \_\_\_\_\_ 201\_ г. по \_\_\_\_\_ 201\_

г.

на базе \_\_\_\_\_

*название предприятия*

в подразделении \_\_\_\_\_

*название подразделения*

За период прохождения практики студент посетил \_\_\_\_\_ дней, из них по уважительной причине отсутствовал \_\_\_\_\_ дней, пропуски без уважительной причины составили \_\_\_\_\_ дней.

Студент соблюдал/не соблюдал трудовую дисциплину и /или правила техники безопасности.

Отмечены следующие нарушения трудовой дисциплины и /или правил техники безопасности: \_\_\_\_\_

Студент не справился со следующими видами работ: \_\_\_\_\_

За время прохождения практики студент показал, что

*(умеет/не умеет планировать и организовывать собственную деятельность, способен/не способен налаживать взаимоотношения с другими сотрудниками, имеет/не имеет хороший уровень культуры поведения, умеет/не умеет работать в команде, высокая/низкая степень сформированности умений в профессиональной деятельности и т.п.).*

В отношении выполнения трудовых заданий проявил себя \_\_\_\_\_

В рамках дальнейшего обучения и прохождения (вид) практики студенту можно порекомендовать: \_\_\_\_\_

Оценка за поведение \_\_\_\_\_

*прописью*

Рекомендуемый разряд \_\_\_\_\_

*прописью*

\_\_\_\_\_  
*Должность наставника/куратора*

\_\_\_\_\_  
*подпись*

\_\_\_\_\_  
*И.О. Фамилия*

М.П.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА

**КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА**  
для проведения промежуточной аттестации по  
учебной практике по профессиональному модулю

ПМ 01. Разработка и создание дизайна рекламной продукции

программы подготовки специалистов среднего звена

42.02.01 Реклама

Форма обучения: очная

Владивосток 2020

Контрольно-оценочные средства для проведения промежуточной аттестации по учебной практике по профессиональному модулю ПМ 01. Разработка и создание дизайна рекламной продукции разработаны в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, Минобрнауки России от 12.05.2014 N 510 "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама рабочей программой практики.

Разработчик(и): Н.А.Марченко, преподаватель

Рассмотрено и одобрено на заседании цикловой методической комиссии

От «21» апреля 2020г. протокол № 5

Председатель Методического совета СПО А.Т. Бондарь А.Т. Бондарь

## 1 Общие сведения

Контрольно-оценочные средства (далее – КОС) предназначены оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу учебной практики по профессиональному модулю ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции

КОС включают в себя контрольные материалы для проведения промежуточной аттестации по практике, которая проводится в форме дифференцированного зачёта с использованием оценочного средства – защита отчета по практике (собеседование).

## 2 Планируемые результаты обучения по практике, обеспечивающие результаты освоения образовательной программы

Код ОК, ПК	Код результата обучения	Наименование результата обучения
ОК 1-12 ПК 1.1-1.5	П1	Владеть способностью к обобщению, анализу, восприятию информации
	У1	Уметь ставить цели и выбирать пути их достижения
	З1	Знать область своей профессиональной деятельности, объекты деятельности, основные особенности работы по избранной профессии
	П2	Владеть методами оценки эффективности собственной деятельности
	У2	Уметь эффективно организовывать собственную деятельность и решать профессиональные задачи
	З2	Знать методы и способы выполнения профессиональных задач
	П3	Владеть основными методами и средствами получения, хранения, переработки информации
	У3	Уметь осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации
	З3	Знать методы сбора, хранения, обработки и оценки информации
	П4	Владеть приемами эффективного делового общения
	У4	Уметь проявлять организованность, трудолюбие, исполнительскую дисциплину
	З4	Знать средства установления контакта в коллективе и с потребителями
	П5	Владеть способами построения деловой речи
	У5	Уметь правильно и ясно излагать свои мысли
	З5	Знать методы логического мышления и аргументированного разъяснения
	П6	Владеть навыками работы со стандартами в своей профессиональной деятельности
	У6	Уметь пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности



### 3 Соответствие оценочных средств контролируемым результатам обучения

Код результата обучения	Показатель <sup>2</sup> овладения результатами обучения	Оценочные средства	
		Наименование	Представление в ФОС <sup>3</sup>
П1_6	Способность производить анализ. Владеть методами оценки эффективности деятельности. Владение методами и средствами оценки эффективности собственной профессии. Эффективные приемы делового общения, деловой речи. Способно применять стандарты в своей деятельности.	Отчет по практике (раздел 1)	Задание на практику (пункт 1) (5.1)
У1-6	Способность эффективно организовывать деятельность, решать профессиональные задачи. Уметь осуществлять сбор и хранение информации. Способность проявлять дисциплину, знать способы построения делового общения, способность использовать нормативные документы в своей деятельности.	Отчет по практике (раздел 1)	Задание на практику (пункт 1) (5.1)
З1-6	Способность анализировать свою деятельность и отрасль, выполнять профессиональные задачи, способы и методы обработки информации.	Отчет по практике (раздел 1.2) Собеседование	Вопросы на зачёте 1-3 (5.2)

## **2 Описание процедуры оценивания**

При проведении промежуточной аттестации оценивается достижение студентом запланированных по практике результатов обучения, обеспечивающих результаты освоения образовательной программы в целом. Результаты обучения по практике, уровень сформированности компетенций оцениваются по четырёх бальной шкале оценками:

«отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

В установленные программой практики сроки студентом оформляется и сдаётся руководителю практики от ВГУЭС письменный отчет по практике с приложением отчетных документов (дневник практики, аттестационный лист, характеристика). На зачете студент защищает отчет по практике. Устный доклад может быть представлен в форме сообщения или в форме презентации.

### **Критерии оценивания устного ответа**

(оценочное средство – собеседование) **баллов** - ответ показывает прочные знания основных процессов изучаемой 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 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 области, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знание основных вопросов теории; слабо сформированным и 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 области, отличающийся неглубоким раскрытием темы; незнанием основных вопросов теории, несформированным и 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**

(оценочное средство: отчет по практике).

**5 баллов** - отчет по практике сдан в установленный срок, оформление и содержание соответствует предъявляемым требованиям. Работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения. В отчете представлена информация об объекте практики, индивидуальное задание выполнено в полном объеме, приведены статистические сведения, информация нормативно-правового характера, данные отечественной и зарубежной литературы. Студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его; владеет навыком самостоятельной работы по заданной теме; методами приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; графически работа оформлена правильно.

**4 балла** – отчет по практике сдан в установленный срок, оформление и содержание соответствует предъявляемым требованиям. В отчете представлена информация об объекте практики, индивидуальное задание выполнено в полном объеме, но допущены одна-две ошибки, приведены статистические сведения, информация нормативно-правового характера, данные отечественной и зарубежной литературы. Не все выводы сделаны и/или обоснованы. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; допущены одна-две ошибки в оформлении работы.

**3 балла** – отчет по практике не сдан в установленный срок, оформление и содержание соответствует предъявляемым требованиям не в полном объеме. В отчете представлена не полная информация об объекте практики, индивидуальное задание выполнено не в полном объеме. Выводы сделаны, но не обоснованы. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы, допущено более двух ошибок в оформлении работы.

**2 балла** - отчет по практике не сдан в установленный срок, оформление и содержание не соответствует предъявляемым требованиям; индивидуальное задание не выполнено, выводы отсутствуют. Допущено значительное количество ошибок в оформлении работы.

Результирующая оценка по практике выставляется с учетом трёх оценок по формуле:

$O_{рез.} = 0,3 \times O_{доклад} + 0,3 \times O_{отчет} + 0,4 \times O_{отзыв}$ , где

O доклад - оценка за устный доклад на защите;

O отчет - оценка за оформленный письменно отчет, включающий дневник по практике; O отзыв

– оценка, рекомендуемая руководителем практики от предприятия (организации).

Результирующая оценка округляется арифметически ( $\geq 0,5 = 1$ ).

### Критерии выставления результирующей оценки студенту на зачете

Оценка по промежуточной аттестации	Характеристика качества сформированности компетенций
«отлично»	Студент демонстрирует владение первоначальным практическим опытом, сформированность общих и профессиональных компетенций на продвинутом уровне: при выполнении задания по практике студент проявил самостоятельность, творческий подход и инициативу, сделал правильные, глубокие выводы, внес предложения; отчетные документы сданы в установленные сроки; отчет написан грамотно, оформлен в соответствии с требованиями; на защите студент умеет тесно увязать теорию с практикой, логически верно, аргументировано и ясно дать ответы на поставленные вопросы; демонстрирует понимание сущности и социальной значимости своей будущей профессии, интерес к ней; демонстрирует умение принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях, нести за них ответственность; владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.
«хорошо»	Студент демонстрирует владение первоначальным практическим опытом, сформированность общих и профессиональных компетенций на базовом уровне: при выполнении задания по практике студент проявил самостоятельность, сделал правильные, но не глубокие выводы, допускаются незначительные ошибки, неточности; отчетные документы сданы в установленные сроки; отчет написан грамотно, оформлен в соответствии с требованиями; на защите студент логически верно даёт ответы на поставленные вопросы; демонстрирует понимание сущности и социальной значимости своей будущей профессии; демонстрирует умение принимать решения в стандартных ситуациях; владеет навыками и приемами выполнения практических задач.
«удовлетворительно»	Студент демонстрирует владение первоначальным практическим опытом, сформированность общих и профессиональных компетенций на пороговом уровне: при выполнении задания не проявил глубоких теоретических знаний и умений применять их на практике, имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей; при оформлении отчета допущены значительные ошибки, недостаточно правильные формулировки, отсутствуют выводы и/или предложения; студент испытывает затруднения при выполнении практических работ, при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации.

«неудовлетворительно»	Студент демонстрирует владение первоначальным практическим опытом, сформированность общих и профессиональных компетенций на уровне ниже порогового: не выполнено задание по практике; студент не представил в срок отчетные документы; на защите студент демонстрирует неспособность отвечать на поставленные вопросы, выражает отсутствие интереса к будущей профессии, не показывает навыки и приемы выполнения практических задач.
-----------------------	---

## 5. Примеры оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

### 5.1 Примеры заданий на практику:

Задания на практику разрабатываются в соответствии с планируемыми результатами обучения.

1. Изготовление эскиза рекламного продукта по выбору студента (логотип специальности, визитная карточка, рекламный плакат и т.д.).
2. Разработка визуально-графических решений рекламного продукта.
3. Представление в отчете трех вариантов рекламного продукта (подготовительный, промежуточный, итоговый).
4. Выполнить анализ ситуации: «Создание рекламного плаката – афиши, рекламной брошюры, рекламного буклета учебного заведения»
5. Проведение опроса целевой аудитории: составление анкеты опроса, обработка информации, подведение итогов.
6. Анализ социологических исследований.
7. Определить основную образную идею проекта – дизайн - концепцию, сформулировать ее смысловое содержание как идейно-тематическую основу проектного замысла (образ, текстовое содержание).
8. Подготовить эскизы брошюры, образ, шрифтовое решение. Композиционные схемы. Выполнить графическое решение буклета с помощью графического редактора CorelDraw.
9. Подготовить эскизы плаката, образ, шрифтовое решение. Композиционные схемы. Выбрать оптимальные выразительные и художественно-изобразительные средства для создания афиши на заданную тему. Выполнить графическое решение афиши с помощью графического редактора CorelDraw.
10. Подготовить эскизы брошюры, образ, шрифтовое решение. Композиционные схемы. Выбрать оптимальные выразительные и художественно-изобразительные средства для создания брошюры «Профессии МКС», «Творческие объединения МКС».
11. Выполнить графическое решение брошюры с помощью графического редактора CorelDraw.
12. Изложить в письменном виде обоснование идеи и средств проектного решения, выводы по проделанной работе.
13. Дизайн упаковки товара. Подготовить креативный эскиз упаковки товара, придумать концепцию рекламного воздействия. Построить макет развертки упаковки. Выбрать оптимальные выразительные и художественно-изобразительные средства для художественного оформления.
14. Выполнить графическое решение упаковки с помощью графического редактора CorelDraw. Собрать упаковку.
15. Дизайн выставочного стенда и витрин, фотозоны по заданию. Подготовить техническое задание. Сформировать главную идею выставочного стенда. Провести функциональное зонирование выставочного пространства. Создание концепции. Разработка художественно-архитектурного проекта, создание эскизов в соответствии с поставленными задачами, и полученных от клиента ориентиров, таких как: логотип, особенностей фирменных элементов стиля. Определение этапов создания стенда. Разработать дизайн необходимых арт-объектов. Выполнить графическое решение плакатов, баннеров и других печатных рекламных продуктов (в соответствии с эскизом проекта) с помощью графического редактора CorelDraw.
16. Изготовление макета выставочного стенда в соотношении 1\*10.

## 5.2 Перечень вопросов при проведении собеседования:

1. Какие типы и виды организаций вам известны?
2. Рекламное агентство\отдел -база практики -это рекламная структура полного цикла или специализированная?
3. Перечислите структурные подразделения рекламного агентства\отдела.
4. Имеет ли право рекламное агентство\отдел работать с фрилансерами?
5. Как организовано взаимодействие рекламного отдела со службой маркетинга?
6. Каким образом информация влияет на эффективность выполнения профессиональных задач, профессиональный и личностный рост?
7. Какими средствами хранения информации пользуются в РА/отделе?
8. Что такое система для создания и хранения информации?
9. Какими маркетинговыми информационными технологиями пользуются в РА/отделе?
10. Что относят к техническим средствам обработки и хранения информации?
11. Какие каналы внешней и внутренней коммуникации используются в рекламной деятельности?
12. Что такое "оценка эффективности" при разработке стратегии и целей рекламы услуг?
13. Кто ввел в маркетинг определение "позиционирование"?
14. Что такое УТП? 5. Сколько и какие части входят в УТП?
15. Как осуществляется сегментирование рынка? 7. Какие критерии и теории позиционирования вам известны?
16. Назовите рекламные приемы, которые основаны на специфике рынка и позиционирования? 9. Какие существуют методы изучения конкурентной среды?
17. Как можно проследить рекламную активность конкурентов без обращения к специализированным исследовательским компаниям?
18. Как связаны между собой рекламная активность и ЖЦТ?
19. Может ли рекламная активность конкурентов влиять на методику формирования рекламного бюджета?
20. Что входит в маркетинговые коммуникации?
21. Как рекламодатели должны приспосабливать рекламу к интересам и потребностям молодежи, женщин, пожилых людей, состоятельных людей, детей?
22. Какие классификации рекламы предлагают специалисты по маркетингу?
23. В чем заключается рекламная маркетинговая смесь?
24. Почему сегментирование потенциальной аудитории в рекламе является важным и базовым процессом?
25. Какие существуют маркетинговые методы изучения целевой аудитории?
26. Что относится к качественным, а что к количественным методам изучения ЦА и рекламы?
27. Какие специфические черты характеризуют фокус-группы?
28. Каким образом внутри организации взаимодействуют службы маркетинга и рекламы?
29. В чём отличие знака от логотипа.
30. Дать определение слову "макет" в создании рекламного образа.
31. Назвать технические средства которые используются в рекламе.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ЭКОНОМИКИ И  
СЕРВИСА

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА  
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ**

**ПМ.01 РАЗРАБОТКА И СОЗДАНИЕ ДИЗАЙНА РЕКЛАМНОЙ  
ПРОДУКЦИИ**

программы подготовки специалистов среднего звена

42.02.01 Реклама

Форма обучения: очная

Владивосток 2020

Рабочая программа производственной практики ПМ 01 Разработка и создания дизайна рекламной продукции разработана в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, утвержденного приказом Минобрнауки России от 12.05.2014 N 510 "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама" примерной образовательной программой.

Разработчик(и): Н.А. Марченко, преподаватель

Рассмотрено и одобрено на заседании цикловой методической комиссии

От «21» апреля 2020г. протокол № 5

Председатель Методического совета СПО А.Т. Бондарь А.Т. Бондарь



## ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

### 1.1. Место производственной практики в структуре основной профессиональной образовательной программы (далее - ОПОП).

Программа профессионального модуля (далее - программа) – является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности 42.02.01 «Реклама» (базовый уровень) в части освоения основных видов профессиональной деятельности по модулю ПМ.01 «Разработка и создание дизайна рекламной продукции».

Производственная практика является частью учебного процесса и направлена на формирование у студентов общих и профессиональных компетенций.

### 1.2. Цели и задачи производственной практики

Целью производственной практики является формирование общих и профессиональных компетенций, ключевых для личностного и профессионального развития, по всем видам профессиональной деятельности по разработке и созданию дизайна рекламной продукции.

Задачами производственной практики являются:

- изучение организационно-управленческого процесса создания дизайна рекламного продукта
- изучение креативного процесса создания и разработки рекламного дизайна
- изучение визуальных и вербальных компонентов рекламного дизайна
- изучение художественно-эстетических средств рекламного дизайна
- освоение основных компьютерных технологий рекламного дизайна.

Вид профессиональной деятельности: Разработка и создание дизайна рекламной продукции

В результате прохождения производственной практики студент должен

**иметь практический опыт:**

выбора художественной формы реализации рекламной идеи;

создания визуального образа с рекламными функциями;

художественного конструирования рекламных продуктов по заданию;

**уметь:**

осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги;

разрабатывать композиционное решение рекламного продукта;

использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы;

составлять рекламные тексты;

**знать:**

выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы;

приемы и принципы составления рекламного текста;

композицию, шрифтовую и художественную графику в рекламе;

методы проектирования рекламного продукта;

методы психологического воздействия на потребителя.

### 1.3. Количество недель (часов) на освоение производственной практики:

Всего: 3 недели (108 часа) программы практики

### 1.4. Формы проведения производственной практики

Производственная практика проводится в форме практической деятельности обучающихся под непосредственным руководством и контролем преподавателей профессиональных модулей (и руководителей от организации при проведении производственной практики).

### 1.5. Место и время проведения производственной практики

Производственную практику студенты проходят на предприятиях, на которых осуществляется комплексная рекламная деятельность или выполняются отдельные рекламные функции. К таким относятся: рекламные агентства и компании полного цикла, рекламные агентства и компании, выполняющие отдельные услуги, рекламные отделы в различных организациях, фондах и предприятиях, типографии, издательства и т.п.

Время прохождения производственной практики определяется графиком учебного процесса.

На обучающихся, проходящих учебную и производственную практику на базах практической подготовки, распространяются правила охраны труда и правила внутреннего трудового распорядка, действующие на базе практической подготовки.

## 2. РЕЗУЛЬТАТЫ ПРАКТИКИ

Результатом освоения профессионального модуля является овладение обучающимися профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код	Наименование результата практики
ОК 1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес
ОК 2	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество
ОК 3	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность
ОК 4	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития
ОК 5	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности
ОК 6	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями
ОК 7	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий
ОК 8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации
ОК 9	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности
ОК 10	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.
ОК 11	Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке
ПК 1.1	Осуществлять поиск рекламных идей
ПК 1.2	Осуществлять художественное конструирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.
ПК 1.3	Разрабатывать авторские рекламные проекты
ПК 1.4	Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений
ПК 1.5	Создавать визуальные образы с рекламными функциями

### 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

#### 3.1. Тематический план практики

Коды формируемых компетенций	Наименование профессионального модуля	Объем времени, отведенный на практику (в неделях, часах)	Сроки проведения
ПК 1.1- 1.5 ОК 1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11	МДК 01.01 Художественное проектирование рекламного продукта	3 недели 108 ч	
	МДК.01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта		
	МДК 01.03 Язык рекламы		
	МДК 01.04 Композиция, шрифтовая и художественная графика		
	МДК 01.05 Фотодизайн и техника фотографии		
	<b>Квалификационный экзамен</b>		

## 3.2.

## Содержание практики

Виды деятельности	Виды работ	Содержание освоенного учебного материала, необходимого для выполнения видов работ	Наименование междисциплинарных курсов с указанием тем, обеспечивающих выполнение видов работ	Количество часов (недель)
<b>Вводный инструктаж</b>				<b>2</b>
Организационно-ознакомительная деятельность	Ознакомление с предприятием, организацией и правилами внутреннего трудового распорядка, прохождение инструктажа и обучение по основным выполняемым функциям, изучение нормативной и методической документации по соответствующим вопросам рекламной практики.	Действующий ФЗ о рекламе, закон «Об авторских и смежных правах», должностные инструкции и другие локальные документы организации	МДК 01.02 Тема 1.1. Базовые понятия рекламной деятельности	<b>6</b>
	Ознакомление с организационной структурой предприятия (РА или рекламного отдела), изучение системы и способов взаимодействия между подразделениями, изучение распределения функциональных обязанностей при подготовке рекламных проектов.	Общие сведения об организации - полное название, юридический адрес, организационно-правовая форма, структура управления, структура внутренних служб, клиентская база	МДК 01.02 Тема 1.1. Базовые понятия рекламной деятельности Тема 1.2. Классификация рекламы Тема 2.2. Атрибуты рекламной продукции	<b>3</b>
	Изучение рекламной политики организации, результатов оценки эффективности рекламной политики.	Рекламные стратегии, виды и график рекламных компаний и мероприятий, показатели узнаваемости, рекламный бюджет,	МДК 01.02 Тема 1.1. Базовые понятия рекламной деятельности Тема 1.2.	<b>3</b>

		перечень оказываемых услуг и/или производимой рекламной продукции	Классификация рекламы Тема 2.2. Атрибуты рекламной продукции	
Креативно-исследовательская деятельность	Создание рекламного продукта (рекламного проекта) по заданию заказчика.	Сбор и анализ систематизированной информации по рекламному проекту. Стратегии и модели рекламного продвижения. Подготовка комплексного описания.	МДК 01.01 МДК 01.02 Тема 2.1. Рекламные стратегии и создание рекламного продукта Тема 2.2. Атрибуты рекламной продукции Тема 3.1. Структурные компоненты рекламного творчества	6
	Изучение и анализ концепций бренда (торговой марки)	Процесс брендинга: описание бренда (торговой марки) товаров, производителей, продавцов. Формирование коммуникационной и креативной концепций (имиджевые, визуальные и вербальные компоненты).	МДК 01.02 Тема 2.1. Рекламные стратегии и создание рекламного продукта Тема 2.2. Атрибуты рекламной продукции Тема 3.1. Структурные компоненты рекламного творчества	6
	Изучение и анализ результатов творческих разработок организации, креативных средств и форм рекламной деятельности предприятия.	Рекламные идеи,	МДК 01.01 Тема 2.1 Особенности создания визуальных образов с рекламными функциями МДК 01.02	3

		<p>концепции, сценарии. Графические и текстовые параметры рекламных сообщений. Виды полиграфической продукции: печатная, наружная и др. виды рекламы.</p>	<p>Тема 2.1. Рекламные стратегии и создание рекламного продукта Тема 2.2. Атрибуты рекламной продукции Тема 3.1. Структурные компоненты рекламного творчества</p>	
	Изучение и анализ аналогичной рекламной продукции предыдущих компаний и компаний конкурентов		<p>МДК 01.02 Тема 4.1. Начальный этап организации рекламной компании Тема 4.2. Рекламная кампания как системная деятельность</p>	<b>3</b>
	Брифование : изучение и анализ различных видов брифов, изучение способов составления брифа, разработка креативного брифа рекламного продукта.	Бриф как основа проведения рекламной компании. Основные разделы и подразделы брифа. Бриф для заказа креативных услуг	<p>МДК 01.02 Тема 4.1. Начальный этап организации рекламной компании Тема 4.2. Рекламная кампания как системная деятельность</p>	<b>12</b>
Креативно-проектная деятельность	Творческий процесс создания рекламного продукта. Этапы создания рекламного продукта.	<p>Техники рекламного конструирования. Разработка творческой идеи, рекламной</p>	<p>МДК 01.01 Тема 2.1 Особенности создания визуальных образов с рекламными функциями МДК 01.02 Тема 2.1. Рекламные стратегии и создание рекламного продукта Тема 2.2. Атрибуты</p>	<b>10</b>

		<p>концепции, креативных средства рекламного сообщения (визуальные и вербальные образы).</p>	<p>рекламной продукции          Тема 3.1. Структурные компоненты рекламного творчества          Тема 3.2. Рекламное сообщение: синтез визуальных и вербальных компонентов          Тема 5.1. Стереотипы в области рекламы          Тема 5.2. Манипулятивные способы рекламного воздействия</p>	
	<p>Составление и формирование рекламного обращения : цели, функции, структурные элементы, принципы организации.</p>	<p>Информационная, увещательная, напоминающая, имиджевая реклама. Основные законы психологического восприятия.          Структура рекламного образа: визуальные и вербальные элементы (заголовок, девиз, слоган, основной рекламный текст, визуальные средства выразительности-цветовое и шрифтовое воздействие, иллюстративные техники).          Знаковость рекламного сообщения: архетипы, символы, сюжеты,</p>	<p>МДК 01.01          Тема 1.1. Основные сведения о построении композиции в рекламе          Тема 2.1 Особенности создания визуальных образов рекламными функциями          Тема 2.2 Особенности психологического воздействия на потребителя при проектировании рекламного продукта           МДК 01.02          Тема 1.1. Базовые</p>	<p>6</p>

		персонажи.	<p>понятия рекламной деятельности</p> <p>Тема 3.1. Структурные компоненты рекламного творчества</p> <p>Тема 3.2. Рекламное сообщение: синтез визуальных и вербальных компонентов</p> <p>Тема 5.1. Стереотипы в области рекламы</p> <p>Тема 5.2. Манипулятивные способы рекламного воздействия</p> <p>Тема 6. 1. Семиотическая структура рекламной коммуникации</p> <p>Тема 6.2. Семиотические аспекты создания рекламного образа</p>	
	<p>Художественное эскизирование: разработка метафорического решения, разработка эскизов в различных техниках, обсуждение эскизов с заказчиком, утверждение итогового творческого решения.</p>	<p>Образные средства выразительности: шрифт, цвет, иллюстрация.</p> <p>Композиционное построение: типовые и нестандартные решения.</p> <p>Эскизирование в различных техниках(шрифтовая,</p>	<p>МДК 01.01</p> <p>Тема 1.1.Основные сведения о построении композиции в рекламе</p> <p>Тема 2.1 Особенности создания визуальных образов с рекламными функциями</p> <p>Тема 2.2 Особенности</p>	<p><b>12</b></p>



		<p>цветовая, изобразительная, фотоиллюстрация).</p> <p>Творческие приемы: метафора, метонимия и пр.</p>	<p>психологического воздействия на потребителя при проектировании рекламного продукта</p> <p>МДК 01.02. Тема5.2. Манипулятивные способы рекламного воздействия Тема6. 1. Семиотическая структура рекламной коммуникации Тема 6.2. Семиотические аспекты создания рекламного образа Тема 7.1. Рекламный текст: структура, организация, стиль Тема 7.2. Рекламный текст: коммуникационные возможности и оценка эффективности</p>	
	<p>Освоение жанрового разнообразия рекламного текстового творчества. Создание рекламных текстов по рекламному проекту.</p>	<p>Жанры печатной рекламы : печатные жанры, публицистические, аналитические и др. (рекламное объявление, листовка, флаер, афиша, плакат, житейская история,</p>	<p>МДК 01.02. Тема5.2. Манипулятивные способы рекламного воздействия Тема6. 1. Семиотическая структура рекламной коммуникации</p>	<p><b>18</b></p>

		консультация специалиста, рекламная заметка, рекламное интервью, рекламный очерк и пр.)	Тема 6.2. Семиотические аспекты создания рекламного образа Тема 7.1. Рекламный текст: структура, организация, стиль Тема 7.2. Рекламный текст: коммуникационные возможности и оценка эффективности	
Креативно-технологическая деятельность	Изучение креативно- технологических аспектов разработки рекламной продукции. Изучение особенностей распространения различных видов рекламной продукции. Создание рекламной продукции по средствам распространения	Традиционные и креативные формы в современной рекламной индустрии. Современные средства распространения рекламных сообщений. Виды рекламной продукции: печатная пресса, полиграфическая продукция, наружная реклама, аудио и видео реклама, интернет-реклама и др.	МДК 01.01 Тема 1.1.Основные сведения о построении композиции в рекламе Тема 2.1 Особенности создания визуальных образовс рекламными функциями Тема 2.2 Особенности психологического воздействия на потребителя при проектировании рекламного продукта  МДК 01.02 Тема1.2. Классификация рекламы Тема 4.2. Рекламная кампания как системная деятельность Тема 3.1. Структурные	18

			компоненты рекламного творчества Тема 3.2. Рекламное сообщение: синтез визуальных и вербальных компонентов	
	Освоение компьютерных технологий рекламного дизайна для создания рекламного проекта. Создание эскиза компьютерными графическими средствами.	Компьютерная графика: растровые и векторные программы. Компьютерное художественное оформление рекламного дизайна проекта и художественное редактирование. Вербальные и визуальные рекламные жанры в компьютерном исполнении.	МДК 01.01 Тема 1.1. Основные сведения о построении композиции в рекламе Тема 2.1 Особенности создания визуальных образов с рекламными функциями  МДК 01.02 Тема 3.2. Рекламное сообщение: синтез визуальных и вербальных компонентов Тема 5.2. Манипулятивные способы рекламного воздействия Тема 6. 1. Семиотическая структура рекламной коммуникации Тема 6.2. Семиотические аспекты создания рекламного образа Тема 7.1. Рекламный текст: структура,	12

			организация, стиль	
	Подготовка дизайн-макетов рекламной продукции		<p>МДК 01.01  Тема 1.1. Основные сведения о построении композиции в рекламе  Тема 2.1 Особенности создания визуальных образов с рекламными функциями  Тема 2.2 Особенности психологического воздействия на потребителя при проектировании рекламного продукта</p> <p>МДК 01.02  Тема 3.2. Рекламное сообщение: синтез визуальных и вербальных компонентов</p>	<b>12</b>
Оформление отчета				<b>6</b>
Квалификационный экзамен				<b>8</b>
<b>Всего</b>				<b>108</b>

## 4. УСЛОВИЯ ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОВЕДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ

### 4.1. Требования к материально-техническому обеспечению

В качестве баз производственной практики должны быть выбраны организации, отвечающие следующим требованиям:

Реализация учебной практики ПП.01.01 предполагает:

**Полигон минитипография:**

**Основное оборудование:** МФУ; Тонеры для МФУ. Черный, Голубой, Пурпурный, Желтый;

- 1.. Крышка стекла экспонирования; Резак для бумаги; Обрезчик углов; Степлер; Переплетчик на металлическую пружину; Биговщик; Рулонный ламинатор
- Перечень учебных изданий, Интернет ресурсов, дополнительной литературы.**

#### Законодательные и нормативные акты

1. Конституция Российской Федерации;
2. Федеральный закон от 13 марта 2006 г. N 38-ФЗ "О рекламе" (с изменениями и дополнениями);

#### Основная литература для ПП.01.01:

1. Пашкова, И. В. Проектирование: проектирование упаковки и малых форм полиграфии : учебное пособие для вузов / И. В. Пашкова. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. <https://urait.ru/book/proektirovanie-proektirovanie-upakovki-i-malyh-form-poligrafii-457011>
2. Алексеев, А. Г. Дизайн-проектирование : учебное пособие для среднего профессионального образования / А. Г. Алексеев. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. <https://urait.ru/book/dizayn-proektirovanie-456785>

#### Дополнительная литература для ПП.01.01:

1. Основы дизайна и композиции: современные концепции : учебное пособие для среднего профессионального образования / Е. Э. Павловская [и др.] ; ответственный редактор Е. Э. Павловская. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. <https://urait.ru/book/osnovy-dizayna-i-kompozicii-sovremennye-koncepcii-456065>

#### Интернет-ресурсы:

1. <http://www.akarussia.ru/> - Ассоциация Коммуникационных Агентств России (АКАР)
2. [www.advertology.ru](http://www.advertology.ru)
3. [www.reklamist.com](http://www.reklamist.com) - «Энциклопедия Рекламных Знаний»
4. <http://www.iaa.ru/> - Международная рекламная ассоциация, российское отделение
5. [www.AdVesti.ru](http://www.AdVesti.ru) - о рекламе и маркетинге в России и мире
6. [www.Adindex.ru](http://www.Adindex.ru)
7. <http://www.adme.ru/>
8. <http://www.sostav.ru/>
9. <http://kak.ru/> - журнал о дизайне и рекламе
10. <http://www.prosmi.ru/> - журнал «Практика рекламы»
11. <http://www.advi.ru/> - журнал «Рекламные идеи»
12. <http://www.koob.ru/advertising/> - электронная библиотека

### 44. Требования к руководителям практики от образовательного учреждения и организации

Требования к руководителям практики от образовательного учреждения:

Руководство производственной практикой осуществляется преподавателями профессионального цикла, имеющими профессиональное образование по профилю специальности, обязательная стажировка в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года. Мастера производственного обучения: опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы, обязательная стажировка в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

Руководители практики от колледжа перед её началом:

- консультируют студентов о выполнении заданий программы практики и написанию отчетов;
- оказывают студентам методическую и организационную помощь при выполнении ими программы практики;

- ведут учет выхода студентов на практику.

Требования к руководителям практики от организации:

Руководители практики от предприятия организуют прохождение практики студентом:

- знакомят с организацией и методами коммерческой работы на конкретном рабочем месте, с охраной труда;
- помогают выполнить все задания и консультирует по вопросам практики;
- проверяют ведение студентом дневника и подготовку отчета о прохождении практики;
- осуществляют постоянный контроль за практикой студентов;
- составляют характеристики, содержащие данные о выполнении программы практики и индивидуальных заданий, об отношении студентов к работе.

Обязательным условием допуска к практике по профилю специальности в рамках профессионального модуля Разработка и создание дизайна рекламной продукции является освоение учебного материала для получения комплекса знаний и первичных навыков.

## 5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы методы контроля и оценка
ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей	<p>Демонстрация умений поиска рекламных идей.</p> <p>Полнота и точность мониторинга рекламных идей.</p> <p>Обоснованность решений о поиске идей с использованием первичных источников.</p> <p>Аргументированность выбора рекламной идеи.</p>	<p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках</p> <p>текущего контроля в ходе проведения производственной практики.</p>
ПК 1.2. Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы	<p>Аргументированность выбора изобразительных средств рекламы.</p> <p>Точность и обоснованность выбора изобразительных средств рекламы.</p> <p>Демонстрация знаний об изобразительных средствах рекламы.</p>	<p>Экспертная оценка при выполнении индивидуального задания по практике</p>
	<p>Демонстрация умения эскизирования средств рекламы.</p>	<p>Оценка полноты и правильности</p>
ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты	<p>Полнота и точность составления проекта брифа.</p> <p>Демонстрация знаний о характеристиках и составе рекламных проектов в рамках задания учебной практики.</p> <p>Обоснованность решений при разработке рекламных проектов (методов и технологий).</p> <p>Демонстрация умений представить свою работу.</p> <p>Демонстрация знаний элементов состава рекламного проекта.</p>	<p>оформления и защита отчета, экзамен (квалификационный) по производственной практике</p>

	Аргументированность В ыбора элементов оптимального состава рекламного проекта.
ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений	Демонстрация умений составлять основной рекламный текст. Обоснованность выбора литературной и художественной обработки рекламного текста. Аргументированность применения слогана и дополнительных элементов рекламного текста. Грамотность разработки рекламного текста. Обоснованность выбранного типа слогана, девиза, заголовка и т.д.. Демонстрация умений тестировать рекламный текст.
ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями	Демонстрация умений поиска рекламных визуальных образов. Обоснованность решений о применении визуального образа. Аргументированность В ыбора визуального образа и его функции. Демонстрация умений создавать визуальный образ с применением художественно-изобразительных средств.

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся не только сформированные профессиональные компетенции, но и развитие общие компетенций, обеспечивающих их умений.

<b>Результаты (освоенные общие компетенции)</b>	<b>Основные показатели оценки результата</b>	<b>Формы и методы контроля и оценки</b>
ОК.1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	Анализ деятельности обучающихся при выполнении работ в ходе практики, анализ быстроты и эффективности выполненной работы.	Оценка деятельности обучающихся в процессе



ОК.2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	- выбор и применение методов и способов решения профессиональных задач в области документирования и оформления этапов работы; - оценка эффективности и качества выполнения задач	<p>выполнения работ на различных этапах производственной практики.</p> <p>Экспертная оценка при выполнении индивидуального задания по практике</p> <p>Оценка полноты и правильности оформления и защита отчета, экзамен (квалификационный) по производственной практике</p>
ОК.3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	- анализ поведения обучающихся в стандартных и нестандартных ситуациях при решении профессиональных задач	
ОК.4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	-анализ эффективности поиска необходимой информации, использования различных источников, включая Интернет, при прохождении различных этапов практики.	
ОК.5. Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности руководством, потребителями	-анализ использование различных видов программного обеспечения, в том числе специального, при оформлении отчетов по различным этапам практики.	
ОК.6. Работать в коллективе и в команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться с коллегами	Анализ эффективности взаимодействия - с обучающимися при выполнении индивидуальных заданий, с преподавателями, в ходе выполнения заданий,- с потребителями в ходе практики.	
ОК.7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий	самоанализ и коррекция результатов собственной деятельности при выполнении заданий руководителя практики - ответственность за результат выполнения заданий.	
ОК.8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	планирование самостоятельной работы при прохождении различных этапов практики, - определение этапов и содержание работы по реализации самообразования.	
ОК.9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	- адаптация к изменяющимся условиям профессиональной деятельности, - проявление профессиональной маневренности при прохождении различных этапов практики.	
ОК.10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности	- применение полученных профессиональных знаний (для юношей)	

<p>ОК.12. Владеть экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке</p>	<p>Анализ проявления экологической, информационной и коммуникативной культуры, применения знаний иностранных языков при выполнении заданий</p>	
---	--	--

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА

**КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА**  
для проведения промежуточной аттестации по  
производственной практике по профессиональному модулю  
ПМ 01. Разработка и создание дизайна рекламной продукции  
программы подготовки специалистов среднего звена  
42.02.01 Реклама

Форма обучения: очная

Владивосток 2020

Контрольно-оценочные средства для проведения промежуточной аттестации по производственной практике по профессиональному модулю ПМ 01.Разработка и создание дизайна рекламной продукции разработаны в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама, Минобрнауки России от 12.05.2014 N 510 "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама рабочей программ ой практики.

Разработчик(и): Н.А.Марченко, преподаватель

Рассмотрено и одобрено на заседании цикловой методической комиссии

От « 21 » апреля 20 20 г. протокол № 5

Председатель Методического совета СПО А.Т. Бондарь А.Т. Бондарь

## 1 Общие сведения

Контрольно-оценочные средства (далее – КОС) предназначены оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу производственной практики по профессиональному модулю ПМ 01. Разработка и создание дизайна рекламной продукции

КОС включают в себя контрольные материалы для проведения промежуточной аттестации по практике, которая проводится в форме дифференцированного зачёта с использованием оценочного средства – защита отчета по практике (собеседование).

## 2 Планируемые результаты обучения по практике, обеспечивающие результаты освоения образовательной программы

Код ОК, ПК <sup>1</sup>	Код результата обучения <sup>1</sup>	Наименование результата обучения <sup>1</sup>
ОК 01	З	сущность и характерные черты современной рекламной деятельности и менеджмента
	У	Ориентироваться в общих проблемах профессии, учитывая особенности менеджмента и рекламной деятельности.
ОК 02	З1	основные принципы построения рекламной системы организации
	У1	Применять методики оценки эффективности и качества решения профессиональных задач
ОК 03	З	применять в профессиональной деятельности методы, средства и приемы менеджмента
ОК 04	З	Основные методы и средства обработки, хранения, передачи и накопления информации
	У	использовать информационные ресурсы для поиска и хранения информации
ОК 05	З	Основные методы и средства обработки, хранения, передачи и накопления информации
	У	использовать информационные ресурсы для поиска и хранения информации
ОК 06-07	З	внешнюю и внутреннюю среду организации
	У	применять в профессиональной деятельности методы, средства и приемы менеджмента
ОК 08	З	Сущность процесса познания, значение самообразования для профессионального роста
	З	Уметь ориентироваться в общих проблемах бытия, познания, ценностей как основах формирования культуры гражданина и будущего специалиста
	У	применять в профессиональной деятельности методы, средства и приемы менеджмента
ОК 09	З	Технические и программные средства для создания рекламного продукта
	У	Использовать компьютерные технологии, профессиональные пакеты программного обеспечения, мультимедийные и web-технологии для разработки и внедрения рекламного продукта
ПК 1.1	З1	Методы проектирования рекламного продукта
	З2	Методы психологического воздействия на потребителя

Код ОК, ПК <sup>1</sup>	Код результата обучения <sup>1</sup>	Наименование результата обучения <sup>1</sup>
	У1	Осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги
	П1	Выбора художественной формы реализации рекламной идеи,
	П2	Создания визуального образа с рекламными функциями
ПК1.2	З	Выразительные и художественно –изобразительные средства рекламы
	З	Композицию, шрифтовую и художественную графики в рекламе
	з	Методы проектирования рекламного продукта
	У	Осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги
	У	Разрабатывать композиционное решение рекламного продукта
	У	Использовать выразительные и художественно–изобразительные средства при моделировании рекламы
	П	Выбора художественной формы реализации рекламной идеи,
	П	Создания визуального образа с рекламными функциями
	П	Художественного конструирования рекламных продуктов по заданию
	ПК 1.3	З
З		Технические и программные средства для создания рекламного продукта
З		Технологию создания Интернет-рекламы
У		Осуществлять фото и видеосъемку для производства рекламного продукта
У		Использовать компьютерные технологии при создании рекламного продукта
У		Разрабатывать сценарии для съемок и монтажа рекламы
У		Использовать компьютерные технологии, профессиональные пакеты программного обеспечения, мультимедийные и web-технологии для разработки и внедрения рекламного продукта
П		Выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта
П		Построения модели (макета,сценария)объекта с учетом выбранной технологии
П		Аспектов психологического воздействия рекламы
ПК 1.4	З	Приемы и принципы составления рекламного текста
	З	Композицию, шрифтовую и художественную графики в рекламе
	У	Составлять рекламные тексты иметь практический опыт
	П	Выбора художественной формы реализации рекламной идеи
	П	Создания визуального образа с рекламными функциями
ПК 1.5	З	Выразительные и художественно –изобразительные средства рекламы
	З	Композицию, шрифтовую и художественную графики в рекламе
	З	Методы проектирования рекламного продукта
	У	Осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги

Код ОК, ПК <sup>1</sup>	Код результата обучения <sup>1</sup>	Наименование результата обучения <sup>1</sup>
	У	Разрабатывать композиционное решение рекламного продукта.
	У	Использовать выразительные и художественно–изобразительные средства при моделировании рекламы
	П	Выбора художественной формы реализации рекламной идеи.
	П	Создания визуального образа с рекламными функциями
	П	Выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта.

<sup>1</sup>- в соответствии с рабочей программой практики

### 3 Соответствие оценочных средств контролируемым результатам обучения

Код результата обучения	Показатель <sup>2</sup> овладения результатами обучения	Оценочные средства	
		Наименование	Представление в ФОС <sup>3</sup>
П1_6	Способность производить анализ. Владеть методами оценки эффективности деятельности. Владение методами и средствами оценки эффективности собственной профессии. Эффективные приемы делового общения, деловой речи. Способно применять стандарты в своей деятельности.	Отчет по практике (раздел 1)	<i>Задание на практику (5.1) Вопросы на зачете п 5.2</i>
У1-6	Способность эффективно организовывать деятельность, решать профессиональные задачи. Уметь осуществлять сбор и хранение информации. Способность проявлять дисциплину, знать способы построения делового общения, способность использовать нормативные документы в своей деятельности.	Отчет по практике (раздел 2)	<i>Задание на практику (5.1) Вопросы на зачете п 5.2</i>
31-6	Способность анализировать свою деятельность и отрасль, выполнять профессиональные задачи, способы и методы обработки информации.	Отчет по практике (раздел 1) Собеседование	<i>Задание на практику (5.2) Вопросы на зачете п 5.2</i>

<sup>2</sup> - для формулировки показателей использовать положения Таксономии Блума.

<sup>3</sup> - в скобках следует указать пункт раздела 5, в котором представлено оценочное средство.

### 4 Описание процедуры оценивания

При проведении промежуточной аттестации оценивается достижение студентом запланированных по практике результатов обучения, обеспечивающих результаты освоения образовательной программы в целом. Результаты обучения по практике, уровень сформированности компетенций оцениваются по четырёх бальной шкале оценками: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

В установленные программой практики сроки студентом оформляется и сдаётся руководителю практики от ВГУЭС письменный отчет по практике с приложением

отчетных документов (дневник практики, аттестационный лист, характеристика). На зачете студент защищает отчет по практике. Устный доклад может быть представлен в форме сообщения или в форме презентации.

### **Критерии оценивания устного ответа**

(оценочное средство – собеседование)

**5 баллов** - ответ показывает прочные знания основных процессов изучаемой 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 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 области, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знание основных вопросов теории; слабо сформированным и 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 области, отличающийся неглубоким раскрытием темы; незнанием основных вопросов теории, несформированным и 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**

(оценочное средство: отчет по практике).

**5 баллов** - отчет по практике сдан в установленный срок, оформление и содержание соответствует предъявляемым требованиям. Работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения. В отчете представлена информация об объекте практики, индивидуальное задание выполнено в полном объеме, приведены статистические сведения, информация нормативно-правового характера, данные отечественной и зарубежной литературы. Студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его; владеет навыком самостоятельной работы по заданной теме; методами приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; графически работа оформлена правильно.

**4 балла** – отчет по практике сдан в установленный срок, оформление и содержание соответствует предъявляемым требованиям. В отчете представлена информация об объекте практики, индивидуальное задание выполнено в полном объеме, но допущены одна-две ошибки, приведены статистические сведения, информация нормативно-правового характера, данные отечественной и зарубежной литературы. Не все выводы сделаны и/или обоснованы. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; допущены одна-две ошибки в оформлении работы.

**3 балла** – отчет по практике не сдан в установленный срок, оформление и содержание соответствует предъявляемым требованиям не в полном объеме. В отчете представлена не



полная информация об объекте практики, индивидуальное задание выполнено не в полном объеме. Выводы сделаны, но не обоснованы. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы, допущено более двух ошибок в оформлении работы.

**2 балла** - отчет по практике не сдан в установленный срок, оформление и содержание не соответствует предъявляемым требованиям; индивидуальное задание не выполнено, выводы отсутствуют. Допущено значительное количество ошибок в оформлении работы.

Результирующая оценка по практике выставляется с учетом трёх оценок по формуле:

$$O_{рез.} = 0,3 \times O_{доклад} + 0,3 \times O_{отчет} + 0,4 \times O_{отзыв}, \text{ где}$$

Одоклад - оценка за устный доклад на защите;

Отчет - оценка за оформленный письменно отчет, включающий дневник по практике;

Отзыв – оценка, рекомендуемая руководителем практики от предприятия (организации).

Результирующая оценка округляется арифметически ( $\geq 0,5 = 1$ ).

### Критерии выставления результирующей оценки студенту на зачете

Оценка по промежуточной аттестации	Характеристика качества сформированности компетенций
«отлично»	Студент демонстрирует владение первоначальным практическим опытом, сформированность общих и профессиональных компетенций на продвинутом уровне: при выполнении задания по практике студент проявил самостоятельность, творческий подход и инициативу, сделал правильные, глубокие выводы, внес предложения; отчетные документы сданы в установленные сроки; отчет написан грамотно, оформлен в соответствии с требованиями; на защите студент умеет тесно увязать теорию с практикой, логически верно, аргументировано и ясно дать ответы на поставленные вопросы; демонстрирует понимание сущности и социальной значимости своей будущей профессии, интерес к ней; демонстрирует умение принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях, нести за них ответственность; владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.
«хорошо»	Студент демонстрирует владение первоначальным практическим опытом, сформированность общих и профессиональных компетенций на базовом уровне: при выполнении задания по практике студент проявил самостоятельность, сделал правильные, но не глубокие выводы, допускаются незначительные ошибки, неточности; отчетные документы сданы в установленные сроки; отчет написан грамотно, оформлен в соответствии с требованиями; на защите студент логически верно даёт ответы на поставленные вопросы; демонстрирует понимание сущности и социальной значимости своей будущей профессии; демонстрирует умение принимать решения в стандартных ситуациях; владеет навыками и приемами выполнения практических задач.
«удовлетворительно»	Студент демонстрирует владение первоначальным практическим опытом, сформированность общих и профессиональных компетенций на пороговом уровне: при выполнении задания не проявил глубоких теоретических знаний и умений применять их на практике, имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей; при оформлении отчета допущены значительные ошибки, недостаточно правильные формулировки, отсутствуют выводы и/или предложения; студент испытывает затруднения при выполнении практических работ, при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации.

«неудовлетворительно»	Студент демонстрирует владение первоначальным практическим опытом, сформированность общих и профессиональных компетенций на уровне ниже порогового: не выполнено задание по практике; студент не представил в срок отчетные документы; на защите студент демонстрирует неспособность отвечать на поставленные вопросы, выражает отсутствие интереса к будущей профессии, не показывает навыки и приемы выполнения практических задач.
-----------------------	---

### 5.3 Примеры оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

#### 1. Примеры заданий на практику:

2. Изготовление эскиза рекламного продукта по выбору студента (логотип специальности, визитная карточка, рекламный плакат и т.д.).
3. Разработка визуально-графических решений рекламного продукта.
4. Представление в отчете трех вариантов рекламного продукта (подготовительный, промежуточный, итоговый).
5. Выполнить анализ ситуации: «Создание рекламного плаката – афиши, рекламной брошюры, рекламного буклета учебного заведения»
6. Проведение опроса целевой аудитории: составление анкеты опроса, обработка информации, подведение итогов.
7. Анализ социологических исследований.
8. Определить основную образную идею проекта – дизайн - концепцию, сформулировать ее смысловое содержание как идейно-тематическую основу проектного замысла (образ, текстовое содержание).
9. Подготовить эскизы брошюры, образ, шрифтовое решение. Композиционные схемы. Выполнить графическое решение буклета с помощью графического редактора CorelDraw.
10. Подготовить эскизы плаката, образ, шрифтовое решение. Композиционные схемы. Выбрать оптимальные выразительные и художественно-образительные средства для создания афиши на заданную тему. Выполнить графическое решение афиши с помощью графического редактора CorelDraw.
11. Подготовить эскизы брошюры, образ, шрифтовое решение. Композиционные схемы. Выбрать оптимальные выразительные и художественно-образительные средства для создания брошюры «Профессии МКС», «Творческие объединения МКС».
12. Выполнить графическое решение брошюры с помощью графического редактора CorelDraw.
13. Изложить в письменном виде обоснование идеи и средств проектного решения, выводы по проделанной работе.
14. Дизайн упаковки товара. Подготовить креативный эскиз упаковки товара, придумать концепцию рекламного воздействия. Построить макет развертки упаковки. Выбрать оптимальные выразительные и художественно-образительные средства для художественного оформления.
15. Выполнить графическое решение упаковки с помощью графического редактора CorelDraw. Собрать упаковку.
16. Дизайн выставочного стенда и витрин, фотозоны по заданию. Подготовить техническое задание. Сформировать главную идею выставочного стенда. Провести функциональное зонирование выставочного пространства. Создание концепции.

Разработка художественно-архитектурного проекта, создание эскизов соответствия с поставленными задачами, и полученных от клиента ориентиров, таких как: логотип, особенностей фирменных элементов стиля. Определение этапов создания стенда.

17. Разработать дизайн необходимых арт-объектов. Выполнить графическое решение плакатов, баннеров и других печатных рекламных продуктов (в соответствии с эскизом проекта) с помощью графического редактора CorelDraw.

18. Изготовление макета выставочного стенда в соотношении 1\*10.

## 2 Перечень вопросов при проведении собеседования:

2. Какие типы и виды организаций вам известны?
3. Рекламное агентство\отдел -база практики -это рекламная структура полного цикла или специализированная?
4. Перечислите структурные подразделения рекламного агентства\отдела.
5. Имеет ли право рекламное агентство\отдел работать с фрилансерами?
6. Как организовано взаимодействие рекламного отдела со службой маркетинга?
7. Каким образом информация влияет на эффективность выполнения профессиональных задач, профессиональный и личностный рост?
8. Какими средствами хранения информации пользуются в РА/отделе?
9. Что такое система для создания и хранения информации?
10. Какими маркетинговыми информационными технологиями пользуются в РА/отделе?
11. Что относят к техническим средствам обработки и хранения информации?
12. Какие каналы внешней и внутренней коммуникации используются в рекламной деятельности?
13. Что такое "оценка эффективности" при разработке стратегии и целей рекламы услуг?
14. Кто ввел в маркетинг определение "позиционирование"?
15. Что такое УТП? 5. Сколько и какие части входят в УТП?
16. Как осуществляется сегментирование рынка? 7. Какие критерии и теории позиционирования вам известны?
17. Назовите рекламные приемы, которые основаны на специфике рынка и позиционирования? 9. Какие существуют методы изучения конкурентной среды?
18. Как можно проследить рекламную активность конкурентов без обращения к специализированным исследовательским компаниям?
19. Как связаны между собой рекламная активность и ЖЦТ?
20. Может ли рекламная активность конкурентов влиять на методику формирования рекламного бюджета?
21. Что входит в маркетинговые коммуникации?
22. Как рекламодатели должны приспосабливать рекламу к интересам и потребностям молодежи, женщин, пожилых людей, состоятельных людей, детей?
23. Какие классификации рекламы предлагают специалисты по маркетингу?
24. В чем заключается рекламная маркетинговая смесь?
25. Почему сегментирование потенциальной аудитории в рекламе является важным и базовым процессом?
26. Какие существуют маркетинговые методы изучения целевой аудитории?
27. Что относится к качественным, а что к количественным методам изучения ЦА и рекламы?
28. Какие специфические черты характеризуют фокус-группы?

**29.** Каким образом внутри организации взаимодействуют службы маркетинга и рекламы?

**30.** В чём отличие знака от логотипа.

**31.** Дать определение слову "макет" в создании рекламного образа.

**32.** Назвать технические средства которые используются в рекламе.