

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Колледж индустрии моды и красоты

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

ПМ 04 Организация и управление процессом изготовления
рекламного продукта

программы подготовки специалистов среднего звена

42.02.01 Реклама

Форма обучения: очная

Владивосток 2023

Рабочая программа профессионального модуля ПМ 04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта разработана в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 42.02.01 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): Ю. В. Погребняк, преподаватель КИМК

Рассмотрено и одобрено на заседании Методического совета КИМК

от «25» апреля 2023 г. протокол № 2

Председатель Методического совета КИМК



И.Л. Ключко

СОДЕРЖАНИЕ

**1 ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

2 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

**4 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ
УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

1 ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Место дисциплины в структуре основной образовательной программы

Профессиональный модуль ПМ 04 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта является частью учебного цикла основной образовательной программы (далее ООП) в соответствии с ФГОС СПО по специальности/профессии 42.02.01 *Реклама*

Рабочая программа профессионального модуля может быть использована в дополнительном профессиональном образовании (в программах повышения квалификации и переподготовки) и профессиональной подготовке работников по профессии 32.01.01 Агент рекламный на базе среднего (полного) общего образования. Опыт работы не требуется.

Цель и планируемые результаты освоения дисциплины

По итогам освоения дисциплины, обучающиеся должны продемонстрировать результаты обучения, соотнесённые с результатами освоения ООП СПО, приведенные в таблице.

Код компетенции	Умения	Знания
ОК1-11 ПК 1.1-1.5	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;	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.

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности: **Разработка и создание дизайна рекламной продукции**, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями (по базовой подготовке):

Код	Наименование результата обучения
ПК 4.1	Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.
ПК 4.2	Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.
ПК 4.3	Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.
ОК 1.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2.	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы

	и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3.	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
ОК 4.	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 5.	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК 6.	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7.	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.
ОК 8.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9.	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.
ОК 10	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.
ОК 11.	Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке

2 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Объем образовательной программы учебной дисциплины	155
в том числе:	
– теоретическое обучение	60
– практические занятия <i>(если предусмотрено)</i>	60
– лабораторные занятия <i>(если предусмотрено)</i>	-
– курсовая работа (проект) <i>(если предусмотрено)</i>	-
– самостоятельная работа	35
– консультации	
– промежуточная аттестация – <i>(форма промежуточной аттестации)</i>	Экзамен, дифференцированный зачет

3.1. Тематический план профессионального модуля

Код профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика		Форма контроля
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов	
			Всего, часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	в т.ч., лекции	Всего, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
ПК - 4.1 ПК - 4.2	МДК 04.01 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности	68	48	24	24	20			-	экзамен
ПК -4. 3	МДК 04.02 Реклама и СО в сфере применения	87	72	36	36	15			-	Диф.зачет
ПК - 4.1 ПК - 4.2 ПК – 4.3	Учебная практика	72						72		
ПК - 4.1 ПК - 4.2 ПК – 4.3	Производственная практика (по профилю специальности)	72							72	
	Всего	299	120	60	60	35	-	72	72	

Тематический план и содержание учебной дисциплины

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем в часах	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>
МДК 04.01 Менеджмент и экономические основы рекламной деятельности		68	
Тема 1.1 Планирование, организация, мотивация и контроль изготовления рекламной продукции	Классификация целей менеджмента. Основы менеджмента.	2	ПК - 4.1 ПК - 4.2
	Основные федеральные законы и иные нормативные правовые акты, регламентирующие рекламную деятельность в Российской Федерации.	2	
	Аспекты планирования рекламы	2	
	Этапы принятия и реализации управленческих решений	2	
	Основные принципы работы организации в условиях рыночной экономики	2	
	Основы продаж	2	
	<i>Практическое занятие № 1 «Школы менеджмента, портрет современного менеджера».</i>	2	
	<i>Практическое занятие № 2 «Построение организационных структур».</i>	2	
	Самостоятельная работа обучающихся <i>Презентация на тему «Структура менеджмента».</i>	8	
Тема 1.2. Организация работы предприятия	Внешняя среда, внутренняя среда. Организация работы предприятия.	2	ПК - 4.1 ПК - 4.2
	<i>Практическое занятие № 3 «Организация работы предприятия».</i>	2	
	Самостоятельная работа обучающихся <i>Подготовка реферата на тему: «Основные тенденции в теории и практике управления рекламой на современном этапе».</i>	2	
Тема 1.3 Процесс управления. Цикл менеджмента	Содержание процесса управления. Основные функции управления. Цикл менеджмента.	2	ПК - 4.1 ПК - 4.2
	<i>Практическое занятие № 4 «Процесс управления. Цикл менеджмента».</i>	2	
	Самостоятельная работа обучающихся <i>Написание эссе на тему: «Идеальное рекламное агентство».</i>	2	

Тема 1.4 Стратегические и технические планы в системе менеджмента	Стратегическое планирование (перспективное). Миссия предприятия. Цели предприятия. Анализ внешней среды. Анализ сильных и слабых сторон. Анализ альтернатив, выбор, реализация и оценка стратегии. Тактическое и текущее планирование. Основные этапы реализации текущих планов.	2	ПК - 4.1 ПК - 4.2
	<i>Практическое занятие № 5 «Стратегические и тактические планы в системе менеджмента».</i>	2	
	Самостоятельная работа обучающихся <i>Анализ внутренней среды организации.</i>	8	
Тема 1.5 Мотивация, потребности и делегирование	Мотивация. Потребности. Делегирование.	2	ПК - 4.1 ПК - 4.2
	<i>Практическое занятие № 6 «Мотивация, потребности и делегирование».</i>	2	
	Самостоятельная работа обучающихся <i>Составление схемы на тему: «Основные параметры проектирования организационной структуры».</i>	4	
Тема 1.6 Система методов управления	Методы управления. Группы методов управления. Управление и типы характеров.	2	ПК - 4.1 ПК - 4.2
	<i>Практическое занятие № 7 «Система методов управления».</i>	2	
	Самостоятельная работа обучающихся <i>Составление опорного конспекта на тему: «Концепция лидерского поведения»</i>	2	
Тема 1.7 Коммуникативность	Информация в менеджменте и её виды. Коммуникация. Трансакционный анализ.	2	ПК - 4.1 ПК - 4.2
	Деловое общение. Правила ведения бесед и совещаний. Типы собеседников. Факторы повышения эффективности делового общения. Техника телефонных переговоров. Этапы и фазы делового общения.	2	
	Управленческое решение. Подходы к классификации управленческих решений. Методы принятия решений. Уровни принятия решений.	2	
	Контроль, его понятие. Этапы контроля. Технология и правила контроля. Виды контроля. Общие требования к эффективно поставленному контролю. Характеристика эффективного контроля. Итоговая документация по контролю.	2	
	Конфликты. Стресс.	2	
	<i>Практическое занятие №8 «Коммуникативность».</i>	2	
	Самостоятельная работа обучающихся <i>Разработать систему вариантов антистресс.</i>	2	
МДК 04.02 Реклама и СО в сфере применения		87	
Тема 2.1.	Что такое PR. Определения, понятия. Краткая история появления и развития.	4	ПК -4. 3

PR-кампания: определение, сущностные характеристики, типология	PR в России. Цели, задачи, роль и функции PR. Виды PR. Реклама и PR в комплексе маркетинга.		
	<i>Практическое занятие №1 «Разбор кейсов рекламных и PR-кампаний»</i>	2	
	Самостоятельная работа обучающихся <i>Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы</i>	2	
Тема 2.2. Структура PR-кампании	PR – кампания. Структура PR – компании. Коммуникационный комплекс RACE. Его составляющие элементы. Характеристика этапов PR-кампании.	4	ПК -4. 3
	<i>Практическое занятие № 2</i> <i>Разбор кейсов: «Самые успешные PR-кампании в мировой практике»</i>	2	
	Самостоятельная работа обучающихся <i>Оформление отчета по практической работе и подготовка к ее защите</i>	2	
Тема 2.3. Коммуникационный аудит.	Определение, значение, виды коммуникационного аудита. Понятие целевой аудитории. Методы исследований на данном этапе	6	ПК -4. 3
	<i>Практическое занятие № 3 «Исследование целевой аудитории с использованием методов. Защита практической работы ».</i>	2	
	Самостоятельная работа обучающихся <i>Подготовка к практическим работам</i>	4	
Тема 2.4. Ситуационный анализ.	SWOT – анализ. Его применение на практике https://practicum-group.com/blogs/metod-swot-analiza/ Самоанализ топ-менеджмента как необходимый инструмент диагностики ситуации и прогноза развития базисного субъекта PR. Выводы и использование результатов анализа	6	ПК -4. 3
	<i>Практическое занятие № 4 «Изучение примеров SWOT – анализа».</i>	2	
	Самостоятельная работа обучающихся <i>Разработка презентации для практической работы</i>	2	
Тема 2.5 Стратегическое планирование.	Постановка целей и задач, общая концепция PR-кампании. Творческий аспект стратегии. Целеполагание, как необходимое условие измеряемости результатов PR-кампании		ПК -4. 3
	<i>Практическое занятие № 5 Разбор кейсов: «50 лучших проектов Национальной премии в области развития связей с общественностью»</i>	2	
	Самостоятельная работа обучающихся <i>Завершение выполнения практической работы</i>	2	

<p>Тема 2.6 Основные мероприятия и виды информации по связям с общественностью</p>	<p>Использование СМИ в программах PR . Основные мероприятия по связям с общественностью. День открытых дверей, круглый стол. Контролируемая информация: ежегодные отчеты; фотоматериалы; пресс – релизы; медиа– киты; именные статьи; фитче; обзорные статьи; интервью; репортаж; брифинг; кейс – истории; web- сайт . Виды информации: корпоративная пропаганда; внутрифирменные публикации; политическая реклама; реклама благотворительных акций; частная реклама.</p>	<p>4</p>	<p>ПК -4. 3</p>
<p>Тема 2.7 Проведение организационно – представительских мероприятий. Виды рабочих мероприятий</p>	<p>Виды рабочих мероприятий: новостной повод, презентация, пресс – конференция, клубный вечер, деловой завтрак, благотворительность. Презентации. Виды презентаций. Исходная информация для проведения презентации. Планирование. Организация пресс- конференций (планирование, обзор, составление плана и расписания предстоящей пресс- конференции; выбор места проведения; выбор выступающих; приглашенные лица; техническое обеспечение места проведения)</p>	<p>4</p>	<p>ПК -4. 3</p>
<p>Тема 2.8 Рекламы и выставки как главное мероприятие PR.</p>	<p>Классификация выставочных и ярмарочных мероприятий в России: по широте охвата; по тематике; по назначению; по времени действия. Цели участия в выставках: создание организации определенного имиджа; продвижение продукции; исследование рынка. Задачи, которые преследует организация, участвуя в выставке. Этапы процесса подготовки и участия в выставке или ярмарке. Анализ эффективности и результативности участия в выставке или ярмарке.</p>	<p>4</p>	<p>ПК -4. 3</p>
	<p><i>Практическое занятие № 8 «Разработка плана участия в выставочном мероприятии».</i></p>	<p>2</p>	
	<p>Самостоятельная работа обучающихся</p>	<p>1</p>	

	<i>Подготовка к дифференцированному зачету.</i>		
Курсовой проект (работа) (не предусмотрено)			
Консультации			
Учебная практика -составление структуры работы предприятия. -работка стратегического плана предприятия. -определение мотивации в работе предприятия. -анализ коммуникативности в работе предприятия. -составление алгоритма системы принятия решений в процессе жизнедеятельности предприятия. -составление схемы форм и видов контроля на предприятии. -выстраивание структуры управления предприятием. -определение принципов работы организации в условиях рыночной экономики. -анализ показателей деятельности рекламной организации.		72	
Производственная практика - анализ организации работы предприятия, содержание процесса управления и основных функций управления; - стратегическое планирование (перспективное) организации с учётом его миссии, целей; - изучение системы методов управления организацией с учётом мотивации и потребностей; - изучение роли конкуренции в рыночной экономике, издержки производства, ценовую политику рекламной организации с целью определения методов ценообразования; - составление плана хозяйственной стратегии рекламной организации.		72	
Промежуточная аттестация (форма промежуточной аттестации)			
Всего:		299	

3 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Материально-техническое обеспечение

1. Реализация программы модуля предполагает наличие *учебных кабинетов*:

- Проектирования рекламной продукции
- Информатики и ИКТ *лабораторий*: компьютерной графики и видеомонтажа фотолаборатории;

2. Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета

Производства рекламной продукции:

- электронные образовательные ресурсы;
- комплект учебно-методической документации;
- наглядные пособия

Информатики и ИКТ: компьютеры, принтер, сканер, проектор, программное обеспечение общего и профессионального назначения, Интернет, комплект учебно-методической документации.

Оборудование лабораторий и рабочих мест лабораторий:

- Дизайна рекламной продукции: электронные образовательные ресурсы, комплект плакатов, комплект учебно-методической документации.
- Ламинатор DSB So Good 230 Super , Duplo Auto Bookie Pro брошюровщик, Электронная доска Panasonic UB-T780, Winon SH-7080 (трафаретный станок).
- Фотолаборатории: методические пособия по видеосъемке, проектор.
- Оборудование лаборатории видеомонтажа и рабочих мест мастерской: электронные образовательные ресурсы.

Реализация программы модуля предполагает обязательную производственную практику, которую рекомендуется проводить рассредоточено или концентрированно.

Информационное обеспечение реализации программы

Для реализации программы учебной дисциплины библиотечный фонд ВВГУ укомплектован печатными и электронными изданиями.

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

Основная литература

1. Блюм М.А., Герасимов Б.И., Молоткова Н.В. Маркетинг рекламы: Учебное пособие / М.А. Блюм. Герасимов Б.И. Молоткова Н.В.- Васильев Г.А., Профессиональное образование. Гриф. – М., 2015
2. Васильев Г.А., Поляков В.А., Романов А.А. Технологии производства рекламной продукции: учебное пособие.-М.: Вузовский учебник, 2012
3. Замедлина Е.А. Реклама: учебное пособие.-М.: Риор, 2012
3. Мазилкина Е.И.: Основы рекламы: учебное пособие: альфа-м: инфра-м, 2013
4. Кузнецов И.Н. Управление продажами [Электронный ресурс] / И.Н. Кузнецов. - М. : Дашков и Ко, 2013. - 492 с.
5. Мазилкина Е.И., Паничкина Г.Г., Ольхова Л.А. Основы рекламы: учебное пособие.- М.: Издательство «Альфа – М», 2016
6. Хапенков В.Н. Организация рекламной деятельности: учебное пособие / В. Н. Хапенков, О. В. Сагинова , Д. В. Федюнин. - 4-е изд., стер. – М.: Академия, 2015.
7. Хапенков В.Н., Сагинова О.В., Федюнин Д.В. Организация рекламной деятельности: учеб.пособие для нач. проф.образования – 6-е изд. Испр. – М.: Издательский центр «Академия», 2016

Дополнительная литература:

1. Поляков В.А., Романов А.А. Технологии производства рекламной продукции: Учеб. Пособие.- М. Вузовский учебник, 2016
2. Васильев Г.А. Основы рекламы: учебное пособие.- М.: ИНФРА-М, 2014
3. Антипов К. Основы рекламы: учебник.- М.: Дашков и К, 2014
4. Сулягин Ю.А., Петров В.В. – Реклама.- Учебник. СПб. Изд-во Михайлова В.А. 2016

Интернет-ресурсы:

1. <http://www.akarussia.ru/> - Ассоциация Коммуникационных Агентств России (АКАР)
2. www.advertology.ru
3. 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 имире
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
13. <https://marketing.wikireading.ru/2648>

Нормативные документы

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

4 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся не только сформированности профессиональных компетенций, но и развитие общих компетенций и обеспечивающих их умений.

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Критерии оценки	Методы оценки
ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.	Рациональность построенного плана для размещения и сопровождения заказа.	Текущий контроль в форме: - практических работ по темам профессионального модуля; - защита практических работ; - дифференцированный зачёт по разделу профессионального модуля - защита отчёта по практике

	Самостоятельность при работе с нормативной документацией.	Практические работы. Творческие работы. Отчет по учебной и производственной практике. Самостоятельная работа.
ПК 4.2. Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.	Рациональность построенного плана для размещения и сопровождения заказа Самостоятельность при работе с нормативной документацией	Практическая работа. Творческие работы. Отчет по учебной и производственной практике. Самостоятельная работа.
ПК 4.3. Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.	Достоверность и презентативность полученных данных. Логичность и объем сделанных выводов. Самостоятельность выполнения исследования. Скорость определения и поиска нормативной документации	Текущий контроль в форме: практических работ по темам профессионального модуля; защита практических работ; дифференцированный зачет по разделу профессионального модуля защита отчета по практике
знания		
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	Активность, инициативность в процессе освоения программы модуля	Собеседование. Творческие работы. Отчет по учебной и производственной практике.
	Эффективность и качество выполненной самостоятельной работы.	Собеседование. Творческие работы. Отчет по учебной и производственной практике.
	Участие в конкурсах профессионального мастерства, выставках-ярмарках, мастер-классах и т. п.	Собеседование. Творческие работы. Отчет по учебной и производственной практике.
	Систематичность в изучении дополнительной, справочной литературы, периодических изданий по профессии	Анализ библиотечного формуляра обучающегося, оценка результатов самостоятельной работы
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	Результативность организации собственной деятельности для выполнения профессиональных задач	Собеседование. Творческие работы. Отчет по учебной и производственной практике.
	Адекватный выбор методов и способов решения профессиональных задач;	Собеседование. Творческие работы. Отчет по учебной и производственной практике.
	Точность подбора критериев и показателей оценки эффективности и качества выполнения профессиональных задач	Собеседование. Отчет по учебной и производственной практике.
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Обоснованность принятия решения в стандартных и нестандартных ситуациях;	Собеседование. Отчет по учебной и производственной практике.

ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Нахождение и использование информации для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития;	Собеседование. Отчет по учебной и производственной практике.
	Адекватность использования нескольких источников информации для решения профессиональных задач.	Собеседование. Отчет по учебной и производственной практике.
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	Своевременность решения профессиональных задач на основе самостоятельно найденной информации с использованием ИКТ;	Собеседование. Отчет по учебной и производственной практике.
	Результативность использования различных информационных источников с использованием ИКТ;	Собеседование. Отчет по учебной и производственной практике.
	Качество оформления результатов работы с использованием ИКТ;	Собеседование. Отчет по учебной и производственной практике.
ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	Ясность и аргументированность изложения собственного мнения	Собеседование. Отчет по учебной и производственной практике.
	Правильность выбора стратегии поведения при организации работы в команде	Собеседование. Отчет по учебной и производственной практике.
	Результативность взаимодействия с коллегами, руководством, потребителями	Собеседование. Отчет по учебной и производственной практике.
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	Адекватность оценки и анализа эффективности и качества результатов работы членов команды (подчиненных)	Собеседование. Отчет по учебной и производственной практике.
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	Результативность внеаудиторной самостоятельной работы при изучении профессионального модуля;	Собеседование. Отчет по учебной и производственной практике.
	Верность выбора способов коррекции результатов собственной деятельности;	Собеседование. Отчет по учебной и производственной практике.
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	Систематичность в изучении дополнительной, справочной литературы, периодических изданий в области профессиональной деятельности;	Анализ библиотечного формуляра обучающегося. Собеседование. Отчет по учебной и производственной практике.

ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями Предпринимательства в профессиональной деятельности.	Точность определения порядка организации предпринимательской деятельности в профессиональной области	Тест. Собеседование. Отчет по учебной и производственной практике.
	Точность определения видов ответственности в сфере профессиональной деятельности в соответствии с законодательством РФ	Тест. Собеседование. Отчет по учебной и производственной практики
ОК 11. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке	Аргументированность оценки информации с использованием информационно-коммуникационных технологий.	Собеседование. Отчет по учебной и производственной практике.
	Ясность и правильность изложения информации, собственных мыслей на	Собеседование. Отчет по учебной и производственной практике.
	иностранном языке с использованием несложных речевых оборотов	

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

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Колледж индустрии моды и красоты

КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА
для проведения промежуточной аттестации по
профессиональному модулю ПМ 04 Организация и
управление процессом изготовления рекламного продукта

программы подготовки специалистов среднего звена

42.02.01 Реклама

Форма обучения: очная

Контрольно-оценочные средства для проведения промежуточной аттестации по профессиональному модулю ПМ 04. Организация и управление процессом изготовления рекламного 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): Ю.В. Погребняк, преподаватель

Рассмотрено и одобрено на заседании Методического совета КИМК

от «25» апреля 2023 г. протокол № 2
Председатель Методического совета КИМК



И.Л. Клочко

1 Общие сведения

Контрольно-оценочные средства (далее – КОС) предназначены для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу учебной дисциплины ПМ.04 «Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта».

КОС включают в себя контрольные материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине, которая проводится в форме дифференцированного зачёта.

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

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК.4.1. Планирует собственную работу в составе коллектива исполнителей	<ul style="list-style-type: none"> – составляет планы и графики своей деятельности в коллективе исполнителей по разработке и техническому исполнению рекламного продукта – взаимодействует с субъектами рекламной деятельности – знает аспекты планирования рекламы. 	Экспертная оценка защиты группового проекта
ПК.4.2. Осуществляет самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее	<ul style="list-style-type: none"> – проводит процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком – проводить презентацию рекламного продукта – контролирует соответствие рекламной продукции требованиям рекламодателя 	Экспертная оценка защиты группового проекта
ПК.4.3. Готовит документы для регистрации авторского права на рекламный продукт	<ul style="list-style-type: none"> – знает порядок регистрации авторских прав – формирует пакет документов, необходимых для регистрации авторских прав на рекламный продукт 	Интерпретация результатов наблюдений за обучающимся (участие в работе в группах)

Код	Наименование результата обучения
ПК 4.1	Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.
ПК 4.2	Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.
ПК 4.3	Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.
ОК 1.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2.	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3.	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

ОК 4.	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 5.	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК 6.	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7.	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.
ОК 8.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9.	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.
ОК 10	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.
ОК 11.	Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ОК 1. Понимает сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	<ul style="list-style-type: none"> – Демонстрирует понимание сущности и социальной значимости своей будущей профессии; – Демонстрирует устойчивый интерес к будущей профессии – качественно выполняет профессиональную деятельность – Применяет знания на практике 	<ul style="list-style-type: none"> накопительное оценивание анкетирование тестирование интерпретация результатов наблюдений за обучающимися (участие в деловых играх, дискуссиях, работе в группах)
ОК 2. Организует собственную деятельность, выбирает типовые методы и способы выполнения	<ul style="list-style-type: none"> – Понимает суть профессиональных задач; – Выбирает и применяет методы и способы решения профессиональных задач; 	<ul style="list-style-type: none"> накопительное оценивание обратная связь
ОК 3. Принимает решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	<ul style="list-style-type: none"> – Применяет методы принятия решений в стандартных и нестандартных ситуациях, понимает меру своей ответственности; – Определяет проблему в профессионально ориентированных ситуациях – Предлагает способы и варианты решения проблемы, оценивает ожидаемый результат – Планирует поведение в профессионально ориентированных проблемных 	<ul style="list-style-type: none"> Оценка предпринимаемых действий по планированию процесса изготовления рекламного продукта

	<p>ситуациях, вносит коррективы, контролирует ситуацию;</p> <ul style="list-style-type: none"> – Применяет навыки принятия решений в соответствии с ситуацией, – Отвечает за принятое решение 	
<p>ОК 4. Осуществляет поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Извлекает и анализирует информацию из различных источников; – Владеет способами поиска и анализа информации; – Самостоятельно работает с информацией: понимает замысел текста; – Пользуется словарями, справочной литературой; – Отделяет главную информацию от второстепенной; умение писать аннотацию и т.д. – Применяет найденную информацию для выполнения профессиональных задач 	<p>экспертная оценка по формированию профессионального навыка и личностного развития в исследовательской работе в области рекламы</p>
<p>ОК 5. Использует информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Владеет элементарными компьютерными навыками – Работает с информационными справочно-правовыми системами – Работает с электронной почтой и ресурсами локальных и глобальных информационных сетей 	<p>экспертная оценка формирования навыков работы с информационно-коммуникационными технологиями в профессиональной деятельности</p>
<p>ОК 6. Работает в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями</p>	<p>Использует конструктивные способы общения с коллегами, руководством, клиентами;</p> <p>Грамотно ставит и задает вопросы;</p> <p>Координирует свои действия с другими участниками общения;</p> <p>Контролирует свое поведение, свои эмоции, настроение;</p> <p>Умеет воздействовать на партнера общения и др.</p> <ul style="list-style-type: none"> – Понимает общие цели 	<p>интерпретация результатов наблюдений за обучающимися (участие в деловых играх, дискуссиях, работе в группах)</p>
<p>ОК 7. Берет на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий</p>	<p>Добровольно берет на себя ответственность за общекомандный результат;</p> <p>Анализирует и корректирует результаты собственной работы</p> <p>Осознанно ставит цели овладения различными видами работ и определяет соответствующий конечный продукт (результат);</p> <p>Реализует поставленные цели в деятельности;</p> <ul style="list-style-type: none"> – Представляет конечный результат деятельности в полном объеме 	<p>интерпретация результатов наблюдений за обучающимися (участие в деловых играх, дискуссиях, работе в группах)</p>
<p>ОК 8. Самостоятельно определяет задачи</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Организует самостоятельные занятия при обучении – Осуществляет самооценку, 	<p>интерпретация результатов наблюдений за обучающимися (участие в научно-</p>

профессионального и личностного развития, занимается самообразованием, осознанно планирует повышение квалификации	самоконтроль через наблюдение за собственной деятельностью – Осознанно ставит цели овладения различными аспектами профессиональной деятельности, определяет соответствующий конечный продукт; – Реализует поставленные цели в деятельности; – Представляет конечный результат деятельности в полном объеме.	исследовательских мероприятиях)
ОК 9. Ориентируется в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	Применяет новые методы и технологии в профессиональной деятельности Адаптируется в новых ситуациях	Экспертная оценка навыков решения задач с использованием инновационных приёмов и методов
ОК 10. Исполняет воинскую обязанность, в том числе с применением полученных профессиональных знаний (для юношей).	– понимает суть воинской обязанности	интерпретация результатов наблюдений за обучающимися (участие в проекте, дискуссиях, работе в группах)
ОК 11. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.	– Имеет представление об особенностях предпринимательства в рекламной деятельности	экспертная оценка формирования навыков предпринимательства в рекламной деятельности
ОК 12. Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке	– Имеет представление об экологической, информационной и коммуникативной культуры в рекламной деятельности – Владеет межкультурной коммуникацией	интерпретация результатов наблюдений за обучающимися (участие в деловых играх, конференциях)

3 Соответствие оценочных средств контролируемым результатам обучения

3.1 Средства, применяемые для оценки уровня теоретической подготовки

Краткое наименование раздела (модуля) / темы дисциплины	Код результата обучения	Показатель ² овладения результатами обучения	Наименование оценочного средства и представление его в КОС ³	
			Текущий контроль ⁴	Промежуточная аттестация ⁴
МДК 04.01				

Тема 1.1 СРС по Теме 1.1	31	– составляет планы и графики своей деятельности в коллективе исполнителей по разработке и техническому исполнению рекламного продукта	собеседование	экзамен
	32	– взаимодействует с субъектами рекламной деятельности	собеседование	экзамен
	У1	– проводит процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком	собеседование	экзамен
Тема 1.2 СРС по Теме 1.2	32	– знает аспекты планирования рекламы.	собеседование	экзамен
	У2	- проводить презентацию рекламного продукта		
	У3	– контролирует соответствие рекламной продукции требованиям рекламодателя		
МДК 04.02				
Тема 2.1 СРС по Теме 2.1	34	– знает порядок регистрации авторских прав – формирует пакет документов, необходимых для регистрации авторских прав на рекламный продукт	собеседование	экзамен

3.2 Средства, применяемые для оценки уровня практической подготовки

Краткое наименование раздела (модуля) / темы дисциплины	Код результата обучения	Показатель ² овладения результатами обучения	Наименование оценочного средства и представление его в КОС ³	
			Текущий контроль ⁴	Промежуточная аттестация ⁴
МДК 04.01				
Тема 1.1 СРС по Теме 1.1	31	– составляет планы и графики своей деятельности в коллективе исполнителей по разработке и техническому исполнению рекламного продукта	группового проекта	Творческое задание на экзамен
	32	– взаимодействует с субъектами рекламной деятельности	группового проекта	Творческое задание на экзамен
	У1	– проводит процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком	группового проекта	Творческое задание на экзамен

Тема 1.2 СРС по Теме 1.2	32	– знает аспекты планирования рекламы.	Индивидуальный проект по составлению плана РК	экзамен
	У2	- проводить презентацию рекламного продукта		
	У3	– контролирует соответствие рекламной продукции требованиям рекламодателя		
МДК 04.02				
Тема 2.1 СРС по Теме 2.1	34	– знает порядок регистрации авторских прав – формирует пакет документов, необходимых для регистрации авторских прав на рекламный продукт	Документационное сопровождение разработанной ранее РК	экзамен

4 Описание процедуры оценивания

Результаты обучения по дисциплине, уровень сформированности компетенций оцениваются по четырёх бальной шкале оценками: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно» (по бальной системе. Максимальная сумма баллов по дисциплине равна 100 баллам.)

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

При проведении промежуточной аттестации оценивается достижение студентом запланированных по дисциплине результатов обучения, обеспечивающих результаты освоения образовательной программы в целом. Оценка на зачете / экзамене выставляется с учетом оценок, полученных при прохождении текущей аттестации.

4.1 Критерии оценивания устного ответа

Собеседование – это средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся по вопросам п 5.1 темы 1, связанные с основными принципами моделирования персонажей и окружения, и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по указанным разделам. Студенту необходимо в рамках самостоятельной работы последовательно, с учетом материала изученного в аудитории, организовать подготовку к данному виду контроля.

Шкала оценки

Оценка	Баллы*	Описание
5	10	Полная информированность и подготовленность студента к собеседованию, свободное владение материалом, привлечение источников для аргументации отстаиваемых положений; правильное употребление понятий, их единообразное понимание
4	7	Информированность студента по вопросам собеседования, владение материалом, привлечение источников для аргументации отстаиваемых положений; правильное употребление понятий, их единообразное понимание
3	5	Информированность студента по вопросам собеседования, владение материалом без привлечения источников, отсутствие аргументации

2	2	Частичная информированность студента по вопросам собеседования
---	---	--

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

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

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

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

4.2 Критерии оценивания письменной работы

(оценочные средства: творческое задание).

5 баллов - студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие. Проблема раскрыта полностью, выводы обоснованы. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно-правового характера. Студент владеет навыком самостоятельной работы по заданной теме; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; графически работа оформлена правильно.

4 балла - работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Проблема раскрыта. Не все выводы сделаны и/или обоснованы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет. Допущены одна-две ошибки в оформлении работы.

3 балла – студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны и/или выводы не обоснованы. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы, оформлении работы.

2 балла - работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Проблема не раскрыта. Выводы отсутствуют.

Допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.

4.3 Критерии выставления оценки студенту на зачете/ экзамене (оценочные средства: собеседование)

Оценка по промежуточной аттестации	Характеристика качества сформированности компетенций
«зачтено» / «отлично»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на продвинутом уровне: обнаруживает всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.
«зачтено» / «хорошо»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на базовом уровне: основные знания, умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.
«зачтено» / «удовлетворительно»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на пороговом уровне: имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, в ходе контрольных мероприятий допускаются значительные ошибки, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ, при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации.
«не зачтено» / «неудовлетворительно»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на уровне ниже порогового: выявляется полное или практически полное отсутствие знаний значительной части программного материала, студент допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы, умения и навыки не сформированы.

5. Примеры оценочных средств для проведения текущей аттестации

Задание 1. Укажите термины, характеризующие приведенными понятиями.

1. Информация, передаваемая по неформальным каналам общения.
2. Человек, эффективно осуществляющий неформальное руководство.
3. Система подчинения нижестоящих органов и должностных лиц вышестоящим органам и лицам.
4. Группа, специально сформированная руководством посредством организационного процесса.
5. Система отношений внутри коллектива, зафиксированная документально.
6. Система отношений внутри коллектива, в значительной мере основанная на

личных отношениях между работниками.

7. Группа людей, деятельность которых сознательно координируется для достижения общей цели или целей.
8. Разделение труда, создающее уровни соподчинения.
9. Число людей, находящихся в непосредственном подчинении руководителя.
10. Логическое соотношение уровней управления и функциональных областей, организованное таким образом, чтобы обеспечить эффективное достижение целей.
11. Необходимость и обязанность отвечать за свои поступки и действия.
12. Ограниченное право использовать ресурсы организации и направлять усилия ее сотрудников на выполнение заданий.

Полномочия, которые передаются от начальника непосредственно подчиненному и далее другим подчиненным.

Задание 2. Ответьте на вопросы теста

Укажите наиболее точные ответы.

1. Организационная структура — это:
 - а) перечень основных отделов организации;
 - б) состав и соподчинение подразделений организации;
 - в) графическое изображение организации;
 - г) все вышеуказанное.
2. Организационная структура современной организации формируется исходя из:
 - а) знания основных тенденций в отрасли;
 - б) специфики организации, ее масштабов и принятой стратегии развития;
 - в) денежных возможностей владельцев организации;
 - г) опыта и знаний руководителя.
3. Какое утверждение правильное:
 - а) организационную структуру организации лучше не менять, так как это ведет к хаосу;
 - б) организационную структуру следует менять как можно чаще, чтобы активизировать организацию;
 - в) смена организационной структуры связана с большими затратами времени и средств, поэтому не осуществляется;
 - г) организационная структура не может оставаться неизменной, так как меняется как внешнее окружение, так и внутренние составляющие организации?
4. Дивизиональная структура не может специализироваться:
 - а) по продукту;
 - б) по потребителям;
 - в) по региональному признаку;
 - г) по отраслевому признаку.
5. Основная отличительная особенность матричной организационной структуры связана:
 - а) с лучшим использованием персонала;
 - б) с введением горизонтальных связей;
 - в) с тем, что это первая структура, созданная сознательно;
 - г) с низкими издержками на персонал.
6. Какая из структур позволяет результативно работать в условиях диверсифицированного производства:
 - а) патриархальная;
 - б) матричная;
 - в) дивизиональная;
 - г) линейно-функциональная?
7. Какая из структур позволяет результативно работать в условиях, когда особое значение имеет скорость обновления продукции:
 - а) патриархальная;

- б) матричная;
 - в) дивизиональная;
 - г) линейно-функциональная?
8. Какая из структур позволяет результативно работать в условиях централизованной экономики:
- а) матричная;
 - б) линейно-функциональная;
 - в) дивизиональная;
 - г) функциональная.
9. Линейный руководитель:
- а) появился в результате вертикального разделения труда;
 - б) не имеет права подписи;
 - в) отвечает за отдельный аспект управленческой деятельности;
 - г) появился в результате горизонтального разделения труда.
10. Какой тип организационной структуры наиболее широко используется в российской практике:
- а) дивизиональная;
 - б) линейно-функциональная;
 - в) матричная;
 - г) конгломерат?
11. Основное достоинство дивизиональной организационной структуры:
- а) позволяет уделять конкретному продукту столько же внимания, сколько ему уделяет однопродуктовая организация;
 - б) способна быстро реагировать на изменения условий конкуренции;
 - в) заинтересовывает низовые звенья в экономии ресурсов;
 - г) все вышеперечисленное верно.,
12. Делегирование — это:
- а) передача задач и полномочий другому лицу, которое берет на себя ответственность за их выполнение;
 - б) поручение подчиненному выполнить конкретный объем работы;
 - в) задание, которое руководитель дает каждому своему подчиненному;
 - г) та помощь, которую работник оказывает своему руководителю.
13. Полномочия — это:
- а) то, что присуще каждой должности;
 - б) ограниченное право использовать ресурсы организации для решения конкретного круга задач;
 - в) право начальника решать за подчиненных;
 - г) возможность распоряжаться другими людьми.
14. Функциональный руководитель:
- а) отвечает за все аспекты деятельности обособленной структурной единицы;
 - б) принимает окончательные решения;
 - в) всегда подчиняется линейному руководителю;
 - г) не имеет права подписи.

Задание 3. Решите тест.

1. **Реклама начала появляться**
 - А. еще задолго до нашей эры*
 - Б. в средние века*
 - В. в середине 19 века*
2. **источником брендовой рекламы были**
 - А. Геральдические знаки*
 - Б. гербовые печати*
 - В. клейма, которыми метили скот и рабов;*

3. В России ненадлежащая реклама

А. разрешена с некоторыми ограничениями

Б. запрещена. Ее использование является нарушением законодательства РФ

В. запрещена, но за её использование не наказывают.

4. Основными целями рекламной кампании НЕ могут быть:

А. формирование у потребителя эффекта узнавания товара;

Б. формирование у потребителя новых потребностей, что впоследствии приводит к увеличению сбыта товара;

В. формирование у потребителя художественного вкуса

5. Предметом (объектом) рекламного воздействия являются: а)

производители товаров и услуг

б) рекламодатели;

в) целевые аудитории

6. Заказчиком рекламы является:

а) рекламодатель;

б) рекламное агентство;

в) потребитель.

7. При каком средстве рекламы обеспечивается личный контакт продавца и покупателя:

а) реклама в прессе;

б) печатная реклама;

в) реклама на месте продаж;

7. Рекламой является:

а) письмо, направленное конкретному адресату с информацией о товаре (услуге) фирмы;

б) выступление по радио руководителя о товаре (услуге) фирмы;

в) сообщение в газете о продаже товара (услуги) фирмы.

8. Прямая реклама использует следующие формы:

а) письма, открытки;

б) рекламные ТВ-ролики;

в) рекламный модуль в газете

9. На стадии подготовки рынка к продажам нового товара задачей рекламы является:

а) стимулирование покупки;

б) информирование о местах продажи;

в) формирование потенциальных потребителей;

8. Укажите, какая реклама должна использоваться на стадии насыщения рынка товаром фирмы:

а) информативная реклама;

б) побудительная реклама;

в) напоминающая реклама;

9. Сброшюрованное или сфальцованное печатное издание, информирующее о каком-либо конкретном товаре или группе товаров:

а) каталог;

б) буклет;

в) проспект;

10. Логотип – это:

а) оригинальное графическое изображение, символ, обозначающий (компанию, фирму);

б) графическая композиция с фирменным названием организации (предприятия, компании);

в) единый художественно-графический подход к оформлению всей совокупности

рекламных материалов.

11. Рекламный слоган – это:

- а) сочетание стихотворной формы рекламного обращения и музыкального сопровождения;
- б) краткая фраза, несколько раз повторяющаяся в ходе рекламного сообщения;
- в) краткая, броская, легко запоминающаяся фраза, выражающая суть рекламного сообщения, вызывающая интерес и позволяющая идентифицировать товар или фирму.

12. Рекламный процесс представляет собой:

- а) процесс создания рекламной продукции;
- б) комплекс рекламных мероприятий, направленных на какой-либо сегмент рынка;
- в) совокупность фаз движения рекламной информации от рекламодателя к рекламополучателю;

13. «Эхо-фраза» представляет собой:

- а) периодически повторяемый набор слов (лозунг, девиз, слоган) для лучшего запоминания текста;
- б) эффектная фраза в начале рекламного сообщения, модификации которой повторяются много раз;
- в) выражение в конце текста рекламного сообщения, повторяющее его заголовок

или

основной мотив;

14. На информационном листе не размещается:

- а) фирменный знак;
- б) логотип;
- в) атрибуты адресата.

15. Сущность рекламной деятельности определяется функциями рекламы:

- а) увещательное воздействие на человека с целью побудить его приобрести те или иные товары или услуги;
- б) анализ конкурентов;
- в) формирование спроса на продукцию.

16. В плане-графике рекламной кампании указываются:

- а) конкретные виды рекламных мероприятий, сроки их проведения, их ориентировочная стоимость и результаты их выполнения;
- б) формы используемой рекламы, тип рекламной кампании, общие затраты на ее проведение, а также показатели ожидаемого эффекта;
- в) перечень рекламных мероприятий, оценки возможных ассигнований на те или иные виды рекламы, конкретные исполнители, вопросы организации текущего контроля исполнения.

17. Рекламная кампания – это:

- а) фирма, профессионально занимающаяся рекламной деятельностью;
- б) процесс продвижения рекламной информации от рекламодателя к получателю;
- в) комплекс рекламных мероприятий, разработанных в соответствии с программой

маркетинга, объединенных одной целью и направленных на какой-либо сегмент рынка.

18. По интенсивности рекламного воздействия рекламные кампании подразделяются следующим образом:

- а) ровные, нарастающие и тотальные;
- б) краткосрочные, специализированные и тотальные;
- в) ровные, нарастающие и нисходящие.

19. К рациональным формам мотивации рекламы в прессе относятся:

- а) мотивы прибыльности или выгоды, удобства, здоровья, надежности;
- б) мотивы имиджа, открытия, гордости, любви и радости;
- в) мотивы справедливости, порядочности, защиты окружающей среды;

20. Целью контроля рекламной деятельности является:

- а) разработка направлений развития фирмы;
- б) определение оптимальной численности сотрудников фирмы;
- в) определение эффективности расходования средств на рекламу.