



Автономная некоммерческая профессиональная образовательная организация
«МЕЖДУНАРОДНЫЙ ВОСТОЧНО-ЕВРОПЕЙСКИЙ КОЛЛЕДЖ»
Пушкинская ул., д. 268, 426008, г. Ижевск. Тел.: (3412) 77-68-24. E-mail: mveu@mveu.ru, www.mveu.ru
ИНН 1831200089. ОГРН 1201800020641

УТВЕРЖДАЮ:

Директор

В.В.Новикова

«__» _____ 2023 г.

**Комплект контрольно-оценочных средств
производственной практики (преддипломной)**

по специальности

42.02.01 Реклама

2023 г.

Комплект контрольно-оценочных средств разработан на основе
Федерального государственного образовательного стандарта среднего
профессионального образования по специальности 42.02.01 Реклама.

Организация разработчик:

Автономная некоммерческая профессиональная образовательная
организация "Международный Восточно-Европейский колледж"

КОС рассмотрен на ПЦК

Протокол № 5 «26» 06 2023 г.

Председатель ПЦК  | 
расшифровка подписи

Согласовано:

Организация-партнер:


Руководитель:  | 
«26» 06 2023 г. | расшифровка подписи



Содержание

I. Паспорт комплекта контрольно-оценочных средств	4
<u>1.1. Результаты освоения программы производственной практики (преддипломной), подлежащие проверке</u>	4
1.1.1. Вид профессиональной деятельности.....	4
1.1.2. Профессиональные и общие компетенции, личностные результаты.....	4
<u>1.2. Форма промежуточной аттестации</u>	12
II. Оценка освоения программы производственной практики (преддипломной)	12
<u>2.1. Формы и методы оценивания</u>	12
<u>2.2. Перечень видов работ для проверки результатов освоения программы производственной практики (преддипломной)</u>	12
<u>2.3. Задания для проведения текущего контроля</u>	14
3. Контрольно-оценочные материалы для дифференцированного зачёта по производственной практике (преддипломной)	14
<u>3.1. Формы проведения дифференцированного зачёта по производственной практике (преддипломной)</u>	14
<u>3.2. Оценочная ведомость</u>	14
<u>3.3. Форма комплекта экзаменационных материалов</u>	14

1. Паспорт комплекта контрольно-оценочных средств

1.1. Результаты освоения программы производственной практики (преддипломной), подлежащие проверке

1.1.1. Вид профессиональной деятельности

Результатом освоения производственной практики (преддипломной) является готовность обучающегося к выполнению видов профессиональной деятельности:

- Разработка и создание дизайна рекламной продукции
- Производство рекламной продукции
- Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта
- Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта
- Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих
- Реклама. Цифровой маркетинг. (самостоятельное планирование, реализация, анализ и продвижение рекламной кампании, в том числе в сети интернет).

1.1.2. Профессиональные и общие компетенции, личностные результаты

В результате освоения программы производственной практики (преддипломной) у обучающихся должны быть сформированы следующие компетенции.

Таблица 1. Показатели оценки сформированности ПК

Наименование освоенных профессиональных компетенций	Основные показатели оценки результата
ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей.	- имеет представление о важнейшем компоненте рекламной деятельности - создании рекламного продукта; - знает виды рекламного продукта; - знает психологию восприятия рекламного продукта; - понимает сущность рекламной концепции и рекламной идеи; - использует методы активации поиска идей;
ПК 1.2. Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных	- имеет представление о видах художественной графики; - знает приемы и средства композиционной организации; - знает приемы и способы создания рекламного образа; - знает изобразительные средства рекламы; - выполняет эскизы «от руки» и с помощью компьютерных

средств рекламы.	<p>графических программ;</p> <ul style="list-style-type: none"> - использует выразительные возможности шрифтового изображения; - использует различные художественные средства при разработке рекламного продукта;
ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты	<ul style="list-style-type: none"> - знает основные этапы выполнения рекламного проекта; - проводит предпроектное исследование; - разрабатывает дизайн-концепцию; - разрабатывает композиционно-пластические решения; - обосновывает идею проекта;
ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.	<ul style="list-style-type: none"> - имеет представление о профессиональном языке; - знает структуру рекламного текста; - знает принципы создания рекламного текста; - оставляет и оформляет тексты рекламных объявлений;
ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями.	<ul style="list-style-type: none"> - знает приемы и способы создания рекламного образа; - использует различные способы при создании визуальных рекламных образов.
ПК 2.1. Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.	<ul style="list-style-type: none"> - подбирает оборудование, инструменты и материалы для изготовления рекламного продукта; - анализирует и корректирует выбранные средства; - использует профессиональную фотокамеру, профессиональную видеокамеру, USB-порт для захвата видеоматериала, аксессуары, электронное перо в рисовании графических объектов; - выбирает и использует студийное фотооборудование и оптимальный фон под студийную фотосъемку; - выбирает и использует студийное видеооборудование и оптимальный фон под студийную видеосъемку; - ухаживает и хранит профессиональное фотооборудование, профессиональную видеокамеру;
ПК 2.2. Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.	<ul style="list-style-type: none"> - разрабатывает сценарии для съемок и монтажа рекламы; - разрабатывает сценарную заявку рекламного ролика; - разрабатывает сценарий рекламного ролика; - разрабатывает сценарий видеосъемки рекламного ролика; - разрабатывает сценарий монтажного плана. - разрабатывает макеты рекламной печатной продукции; - разрабатывает макеты мультимедийной рекламы.
ПК 2.3. Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.	<ul style="list-style-type: none"> - подготавливает рекламную продукцию или ее отдельные элементы к производству: - печатает концертные афиши, рекламные плакаты, рекламные двусторонние листовки, авторские рекламные открытки; - изготавливает в электронном варианте рекламные баннеры; - оформляет рекламную продукцию
ПК 3.1. Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка	<ul style="list-style-type: none"> - Соответствие анкеты, разработанной для исследования предпочтений целевых групп потребителей, целям и задачам опроса и требованиям к составлению опросных анкет

	<ul style="list-style-type: none"> -Результативность проведения анкетирования целевых групп потребителей - Полнота и аргументированность составления анализа предпочтений потребителей - Обоснованность сегментирования потребительских групп.
ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.	<ul style="list-style-type: none"> - Соответствие разработки маркетинговой части бизнес-плана требованиям к маркетинговому планированию. Обоснованность отбора средств, направленных на продвижение рекламного продукта с учетом анализа предпочтений целевых групп потребителей. Адекватность разработки средств стимулирования сбыта целям и задачам продвижения рекламного продукта
ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.	<ul style="list-style-type: none"> - уметь планировать свою работу в составе коллектива исполнителей
ПК 4.2. Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее.	<ul style="list-style-type: none"> -уметь осуществлять контроль изготовления рекламного продукта в соответствии с рекламной идеей
ПК 4.3. Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт.	<ul style="list-style-type: none"> - уметь готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт
ПК 6.1. Проработка новых игровых механик и обновление старых с учетом интересов целевой аудитории и психологии игроков	<p>знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - виды современного технического и программного обеспечения, применяемого в деятельности дизайнера, преимущества и недостатки отдельных графических пакетов; - психолого-педагогические особенности пользователей <p>умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - креативно подходить к каждому этапу работ от идеи на каждом этапе реализации; осуществление процесса игрового проектирования с применением специализированных компьютерных программ; - обладать навыками и умениями в процессе создания формы и содержания игрового процесса (геймплея) разрабатываемой игры
ПК 6.2. Умение пользоваться системами контроля версий(git) Работа с базами данных	<p>знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - принципы составления ТЗ; - принцип формирования веток и создания репозитория <p>умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - разбивать и делегировать задачи для выполнения работы в

и сетевыми коммуникациями	срок; - создавать репозитории
ПК 6.3. Анализировать требования целевых групп потребителей с использованием средств исследования рынка	<p>Оценивает эффективность проведенной рекламной кампании: умеет проводить интервью/анкетирование с целью оценки эффективности рекламной кампании; умеет вести и анализировать статистику рынка (проведенной рекламной кампании, в частности)</p> <p>знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - знает правила проведения исследования рынка и целевой аудитории; - анализирует целевую аудиторию и рынок; - назначение, разновидности и функции интервью, анкетирования; - способы оценки эффективности рекламной кампании <p>умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - оценивать эффективность проведенной рекламной кампании; - проводить интервью/анкетирование; - вести и анализировать статистику рынка (проведённой рекламной кампании, в частности) - формировать уникальное торговое предложение для целевой аудитории; - представлена аналитическая справка о требования целевых групп - описаны использованные инструменты, средства исследования рынка - наличие обратной связи от целевой аудитории (звонок, сообщение, комментарий и т.п.)
ПК 6.4. Определять и разрабатывать стратегию и средства продвижения рекламного продукта	<p>Организация и управление процессом создания рекламного продукта:</p> <ul style="list-style-type: none"> - контролирует качество продукта, - проверяет соответствие выбранной идее/модели, - уточняет у заказчика соответствие продукта заявленным требованиям/запросам. <p>Применение/ внедрение созданного продукта для организации рекламной кампании</p> <p>знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - способы проверки качества продукта; - особенности организации и управления процессом создания рекламного продукта; - способы уточнения у заказчика соответствия продукта заявленным требованиям/запросам. <p>умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - проверять соответствие выбранной идее/модели; - применять/внедрять созданный продукт для организации рекламной кампании - умеет оценивать воронку продаж, прогноз роста согласно эффективности маркетинговой стратегии (по формуле ROI). - проявлено умение строить воронку конверсии и проводить исследования продуктов

	<ul style="list-style-type: none"> - характеризует средства продвижения рекламного продукта: достоинства, недостатки, стоимость; - подбирает средства в зависимости от целевой аудитории; - рассчитывает бюджет продвижения; - разрабатывает программу комплексных маркетинговых мероприятий, направленных на продвижение рекламного продукта
ПК 6.5. Разрабатывать и создавать дизайн-макеты для эффективной визуальной коммуникации	<p>знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные понятия коммуникационного дизайна; основы проектирования объектов коммуникационного дизайна. <p>умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - создавать и редактировать цифровые изображения, выполнять типовые действия с объектами
ПК 6.6 Разработка технического задания на создание продукта в сфере Креативных индустрий	<p>умеет осуществлять сбор, систематизацию и анализ данных, необходимых для разработки технического задания продукта, определение технических и программных средств для разработки макета с учетом их особенностей использования, формировать готовое техническое задание в соответствии с требованиями к структуре и содержанию, выполнять процедуру согласования (утверждения) с заказчиком.</p> <p>Поиск, анализ и интерпретация информации, необходимой для разработки, согласование и защита технического задания.</p> <p>разработка концепции проекта;</p> <p>Определять на основе расчетов основных технико-экономических показателей, экономическую эффективность проекта;</p> <p>Проводить презентацию разработанного технического задание согласно требованиям, к структуре и содержанию.</p> <p>Проведение анализа, обобщения проектирования технического задания для дизайн-продуктов на основе полученной от заказчика информации.</p>
ПК 6.7 Создание графических дизайн – макетов продукта	<p>Выполнение работ по разработке дизайн-макета на основе ТЗ, определение потребности в программных продуктах, материалах и оборудовании, осуществление комплектации.</p> <p>Демонстрация знаний технологических, эксплуатационных и гигиенических требований, предъявляемых к используемым в дизайне материалам; современных тенденций в сфере Креативных индустрий; разнообразных изобразительных и технических приёмов и средств дизайн-проектирования; знания потребностей рынка</p>
ПК 6.8 Планирование профессиональной деятельности в сфере Креативных индустрий	<p>Анализ современных тенденций в области Креативных индустрий для их адаптации, монетизации и использования в своей профессиональной деятельности.</p> <p>Разработка предложений по использованию новых технологий в целях повышения качества создания итогового продукта и обслуживания заказчиков системы управления трудовыми ресурсами в организации;</p> <p>методы и формы самообучения и саморазвития на основе самопрезентации; способы управления конфликтами и борьбы со стрессом</p>

ПК 6.9. Обеспечивать правовое и юридическое сопровождение рекламного проекта.	<ul style="list-style-type: none"> - знает требования к рациональному использованию рекламного бюджета; - знает правовые и юридические аспекты сопровождения рекламного проекта
ПК 6.10. Осуществлять контроль исполнения на соответствие рекламной идее и заказу рекламодателя.	<ul style="list-style-type: none"> - презентация подготовлена в формате PowerPoint или в других конструкторах для презентации; - содержание презентации соответствует структуре представления проекта - содержание презентации точно отражает исходные результаты аналитики, заказ рекламодателя, исходную рекламную идею; - презентация доступна для понимания слушателя-заказчика. - анализ представленного технического задания на основе брифа заказчика; - описание смарт-цели заказчика, точность задачи; - анализ наличия обратной связи от целевой аудитории; - получена обратная связь/ответ от целевой аудитории (звонок, сообщение, комментарий и т.п.).
ПК 6.11. Взаимодействовать с заказчиком в ходе выполнения и сдачи рекламного проекта.	<ul style="list-style-type: none"> - представлен анализ технического задания на основе брифа заказчика; - правильно описана смарт-цель заказчика, точно описана задача, замысел заказчика. - анализ наличия обратной связи от ЦА; - получена обратная связь/ответ от ЦА (звонок, сообщение, комментарий и т.п.). - анализ компании; - выявление сильных и слабых сторон; - выдвижение гипотез.
ПК 6.12. Реализовывать технологии продвижения рекламного продукта.	<ul style="list-style-type: none"> - эффективность показателей, CTR; - анализ наличия обратной связи от целевой аудитории; - получена обратная связь/ответ от ЦА (звонок, сообщение, комментарий и т.п.). - лендинг разработан с формой обратной связи от потенциального клиента; - присутствует форма обратной связи.
ПК 6.13. Создавать сценарии и рекламные тексты.	<ul style="list-style-type: none"> - рекламный текст написан по формулам AIDA/5W.

Таблица 2. Показатели оценки сформированности ОК и личностных результатов

Наименование освоенных общих	Основные показатели оценки результата
------------------------------	---------------------------------------

компетенций, кодов личностных результатов	
ОК.1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес. ЛР 1,2,4,6,7,14,15,17	<ul style="list-style-type: none"> - Грамотная аргументация важности рекламной предприятия и государства. - Демонстрация устойчивого интереса к будущей профессии. - Проявление инициативы в аудиторной и самостоятельной работе, во время прохождения практики.
ОК.2. Организовывать собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество. ЛР 3,4,7,9-11, 13-16	<ul style="list-style-type: none"> - Систематическое планирование собственной учебной деятельности и действие в соответствии с планом. - Структурирование объема работы и выделение приоритетов. - Грамотное определение методов и способов выполнения учебных задач. - Осуществление самоконтроля в процессе выполнения работы и ее результатов. - Анализ результативности использованных методов и способов выполнения учебных задач. - Адекватная реакция на внешнюю оценку выполненной работы.
ОК.3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность. ЛР 1-3, 7, 9-11	<ul style="list-style-type: none"> - Признание наличия проблемы и адекватная реакция на нее. - Выстраивание вариантов альтернативных действий в случае возникновения нестандартных ситуаций. - Грамотная оценка ресурсов, необходимых для выполнения заданий. - Расчет возможных рисков и определение методов и способов их снижения при выполнении профессиональных задач.
ОК. 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития. ЛР 3,4,7,8,10,14	<ul style="list-style-type: none"> - Нахождение и использование разнообразных источников информации. - Грамотное определение типа и формы необходимой информации. - Получение нужной информации и сохранение ее в удобном для работы формате. - Определение степени достоверности и актуальности информации. - Извлечение ключевых фрагментов и основного содержание из всего массива информации. - Упрощение подачи информации для ясности понимания и представления.
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности. ЛР 3,4,7,10,15	<ul style="list-style-type: none"> - Грамотное применение специализированного программного обеспечения для сбора, хранения и обработки информации. - Правильная интерпретация интерфейса специализированного программного обеспечения и нахождение контекстной помощи. - Правильное использование автоматизированных систем делопроизводства. - Эффективное применение методов и средств защиты рекламной информации.

<p>ОК. 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями. ЛР 2-8, 13, 15</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Положительная оценка вклада членов команды в общеконандную работу. Передача информации, идей и опыта членам команды. - Использование знания сильных сторон, интересов и качеств, которые необходимо развивать у членов команды, для определения персональных задач в общеконандной работе. - Формирование понимания членами команды личной и коллективной ответственности. - Регулярное представление обратной связи членам команды. - Демонстрация навыков эффективного общения.
<p>ОК.7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий. ЛР 2-8, 13</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Грамотная постановка целей. - Точное установление критериев успеха и оценки деятельности. - Гибкая адаптация целей к изменяющимся условиям. - Обеспечение выполнения поставленных задач. - Демонстрация способности контролировать и корректировать работу коллектива. - Демонстрация самостоятельности в принятии ответственных решений. - Демонстрация ответственности за принятие решений на себя, если необходимо продвинуть дело вперед.
<p>ОК. 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации. ЛР 1-3, 14, 16</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Способность к организации и планированию самостоятельных занятий и домашней работы при изучении профессионального модуля. - Эффективный поиск возможностей развития профессиональных навыков при освоении модуля. - Разработка, регулярный анализ и совершенствование плана личностного развития и повышения квалификации.
<p>ОК.9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности. ЛР 1-4, 7-9, 14</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Демонстрация легкости освоения новых программных средств, обеспечивающих рекламную деятельность. - Отслеживание и использование изменений законодательной и нормативно-справочной базы, регламентирующей рекламу. - Проявление готовности к освоению новых технологий в профессиональной деятельности.
<p>ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности. ЛР 4,7,13</p>	<p>Работает с бизнес-планом; ориентируется в правовой базе по предпринимательской деятельности</p>
<p>ОК 11. Обладать экологической, информационной и</p>	<p>Имеет представление об экологической, информационной и коммуникативной культуры в рекламной деятельности Владеет межкультурной коммуникацией</p>

коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке. ЛР 1-4, 6-10, 12, 16, 17	
--	--

1.2. Форма промежуточной аттестации

Формой аттестации по итогам освоения программы производственной практики (преддипломной) является дифференцированный зачёт.

II. Оценка освоения программы производственной практики (преддипломной)

2.1. Формы и методы оценивания

Предметом оценки по производственной практике (преддипломной) обязательно являются дидактические единицы «иметь практический опыт» и «уметь», результаты освоения профессиональных и общих компетенций, личностных результатов.

2.2. Перечень видов работ для проверки результатов освоения программы производственной практики (преддипломной)

Таблица 3. Перечень видов работ производственной практики
(преддипломной)

Виды работ в форме практической подготовки	Коды проверяемых результатов	
	ПК	ОК, ЛР
1. Характеристика предприятия: Краткая история предприятия, его структура. Техническая оснащенность. Организация и схема управления предприятием. Отделы, их задачи и основные функции. Режим работы предприятия. Правила внутреннего распорядка, техника безопасности и противопожарная защита на предприятии.	ПК 4.1.	ОК 1-11, ЛР 1-17
2. Организация рекламной деятельности на предприятии: Рекламные агентства и их функции, рекламодатель, рекламопроизводитель и рекламораспространитель (в случае, если базой практики является рекламное предприятие) или Отдел рекламы и маркетинга на предприятии, структура и должностные обязанности сотрудников	ПК 1.1.-1.5. ПК 2.1.-2.3. ПК 3.1, 3.2. ПК 4.1.-4.3.	ОК 1-11, ЛР 1-17

<p>(в случае, если базой практики является предприятие, основным видом деятельности которого не является реклама).</p> <p>Организация взаимоотношений участников рекламного процесса.</p> <p>Анализ конкурентной среды предприятия.</p> <p>Анализ или выявление целевой аудитории предприятия.</p> <p>Анализ применяемых маркетинговых или рекламных стратегий, программ и кампаний, их эффективность.</p> <p>Анализ существующего фирменного стиля и рекламных носителей, их актуальность, целесообразность, соответствие требованиям.</p>		
<p>3. Выполнение индивидуального задания.</p> <p>Самостоятельное планирование, реализация, анализ и продвижение рекламной кампании, в том числе в сети интернет:</p> <p>Самостоятельное планирование, реализация, анализ и продвижение рекламной кампании, в том числе в сети интернет:</p> <p>Работа с базами данных и сетевыми коммуникациями</p> <p>Анализировать требования целевых групп потребителей с использованием средств исследования рынка</p> <p>Определять и разрабатывать стратегию и средства продвижения рекламного продукта</p> <p>Разрабатывать и создавать дизайн-макеты для эффективной визуальной коммуникации</p> <p>Разработка технического задания на создание продукта в сфере Креативных индустрий</p> <p>Создание графических дизайн – макетов продукта</p> <p>Планирование профессиональной деятельности в сфере Креативных индустрий</p> <p>Обеспечивать правовое и юридическое сопровождение рекламного проекта.</p> <p>Осуществлять контроль исполнения на соответствие рекламной идее и заказу рекламодателя.</p> <p>Взаимодействовать с заказчиком в ходе выполнения и сдачи рекламного проекта.</p> <p>Реализовывать технологии продвижения рекламного продукта.</p> <p>Создавать сценарии и рекламные тексты.</p> <p>Проработка новых игровых механик и обновление старых с учетом интересов целевой аудитории и психологии игроков</p> <p>Умение пользоваться системами контроля версий(git)</p>	<p>ПК 1.1.-1.5. ПК 2.1.-2.3. ПК 3.1, 3.2. ПК 4.1.-4.3. ПК 6.1-6.13</p>	<p>ОК 1-11, ЛР 1-17</p>
<p>4. Составление бюджета рекламной кампании:</p> <p>Представление бюджета рекламной кампании (смету расходов на реализацию, анализ и продвижение рекламной кампании, изготовление и размещение</p>	<p>ПК 2.1. ПК 3.1.,3.2. ПК 4.1.-4.3. ПК6.4., 6.6.</p>	<p>ОК 1-11, ЛР 1-17</p>

рекламной продукции).		
5. Оформление отчета: Оформление и представление отчета.	ПК 1.4., 2.1., 4.1. ПК 3.1.,3.2. ПК 4.1.-4.3. ПК 6.4., 6.6., 6.9.	ОК 1-11, ЛР 1-17

2.3. Задания для проведения текущего контроля

Текущий контроль осуществляется путём контроля заполнения дневника практики.

3. Контрольно-оценочные материалы для дифференцированного зачёта по производственной практике (преддипломной)

3.1. Формы проведения дифференцированного зачёта по производственной практике (преддипломной)

Дифференцированный зачёт по производственной практике (преддипломной) проводится в накопительной форме с учетом аттестационного листа, характеристики организации на студента по освоению профессиональных и общих компетенций в период прохождения производственной практики (преддипломной), дневника практики, отчёта о практике.

3.2. Оценочная ведомость - заполняется специалистом деканата.

3.3. Форма комплекта экзаменационных материалов

Состав

- I. Паспорт.
- II. Задание для экзаменуемого.
- III. Пакет экзаменатора.
 - III а. Условия.
 - III б. Критерии оценки.

I. ПАСПОРТ

Назначение:

КОМ предназначен для контроля и оценки результатов освоения производственной практики (преддипломной) по специальности СПО 42.02.01 Реклама.

Оцениваемые компетенции:

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.
- ПК 2.1 Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.
- ПК 2.2. Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.
- ПК 2.3. Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.
- ПК 3.1. Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.
- ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта
- ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.
- ПК 4.2 Осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее
- ПК 4.3 Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт
- ПК 6.1. Проработка новых игровых механик и обновление старых с учетом интересов целевой аудитории и психологии игроков
- ПК 6.2. Умение пользоваться системами контроля версий(git)
Работа с базами данных и сетевыми коммуникациями
- ПК 6.3. Анализировать требования целевых групп потребителей с использованием средств исследования рынка
- ПК 6.4. Определять и разрабатывать стратегию и средства продвижения рекламного продукта
- ПК 6.5. Разрабатывать и создавать дизайн-макеты для эффективной визуальной коммуникации
- ПК 6.6. Разработка технического задания на создание продукта в сфере Креативных индустрий
- ПК 6.7. Создание графических дизайн – макетов продукта
- ПК 6.8. Планирование профессиональной деятельности в сфере Креативных индустрий
- ПК 6.9. Обеспечивать правовое и юридическое сопровождение рекламного проекта.
- ПК 6.10. Осуществлять контроль исполнения на соответствие рекламной идее и заказу рекламодателя.
- ПК 6.11. Взаимодействовать с заказчиком в ходе выполнения и сдачи рекламного проекта.
- ПК 6.12. Реализовывать технологии продвижения рекламного продукта.
- ПК 6.13. Создавать сценарии и рекламные тексты.

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.

ЛР 1 Осознающий себя гражданином и защитником великой страны

ЛР 2 Проявляющий активную гражданскую позицию, демонстрирующий приверженность принципам честности, порядочности, открытости, экономически активный и участвующий в студенческом и территориальном самоуправлении, в том числе на условиях добровольчества, продуктивно взаимодействующий и участвующий в деятельности общественных организаций

ЛР 3 Соблюдающий нормы правопорядка, следующий идеалам гражданского общества, обеспечения безопасности, прав и свобод граждан России. Лояльный к установкам и проявлениям представителей субкультур, отличающий их от групп с деструктивным и девиантным поведением. Демонстрирующий неприятие и предупреждающий социально опасное поведение окружающих

ЛР 4 Проявляющий и демонстрирующий уважение к людям труда, осознающий ценность собственного труда. Стремящийся к формированию в сетевой среде лично и профессионального конструктивного «цифрового следа»

- ЛР 5 Демонстрирующий приверженность к родной культуре, исторической памяти на основе любви к Родине, родному народу, малой родине, принятию традиционных ценностей многонационального народа России
- ЛР 6 Проявляющий уважение к людям старшего поколения и готовность к участию в социальной поддержке и волонтерских движениях
- ЛР 7 Осознающий приоритетную ценность личности человека; уважающий собственную и чужую уникальность в различных ситуациях, во всех формах и видах деятельности.
- ЛР 8 Проявляющий и демонстрирующий уважение к представителям различных этнокультурных, социальных, конфессиональных и иных групп. Сопричастный к сохранению, преумножению и трансляции культурных традиций и ценностей многонационального российского государства
- ЛР 9 Соблюдающий и пропагандирующий правила здорового и безопасного образа жизни, спорта; предупреждающий либо преодолевающий зависимости от алкоголя, табака, психоактивных веществ, азартных игр и т.д. Сохраняющий психологическую устойчивость в ситуативно сложных или стремительно меняющихся ситуациях
- ЛР 10 Заботящийся о защите окружающей среды, собственной и чужой безопасности, в том числе цифровой
- ЛР 11 Проявляющий уважение к эстетическим ценностям, обладающий основами эстетической культуры
- ЛР 12 Принимающий семейные ценности, готовый к созданию семьи и воспитанию детей; демонстрирующий неприятие насилия в семье, ухода от родительской ответственности, отказа от отношений со своими детьми и их финансового содержания
- ЛР 13 Демонстрирующий готовность и способность вести диалог с другими людьми, достигать в нем взаимопонимания, находить общие цели и сотрудничать для их достижения в профессиональной деятельности
- ЛР 14 Проявляющий сознательное отношение к непрерывному образованию как условию успешной профессиональной и общественной деятельности
- ЛР 15 Проявляющий гражданское отношение к профессиональной деятельности как к возможности личного участия в решении общественных, государственных, общенациональных проблем
- ЛР 16 Принимающий основы экологической культуры, соответствующей современному уровню экологического мышления, применяющий опыт экологически ориентированной рефлексивно-оценочной и практической деятельности в жизненных ситуациях и профессиональной деятельности
- ЛР 17 Проявляющий ценностное отношение к культуре и искусству, к культуре речи и культуре поведения, к красоте и гармонии

ЗАДАНИЕ ДЛЯ ЭКЗАМЕНУЮЩЕГОСЯ

Максимальное время выполнения задания – 4 час.

Вариант № 1

1. Характеристика предприятия

Инструкция:

Описать следующие пункты:

- Краткая история предприятия, его структура.
- Техническая оснащенность.
- Организация и схема управления предприятием.
- Отделы, их задачи и основные функции.
- Режим работы предприятия.
- Правила внутреннего распорядка, техника безопасности и противопожарная защита на предприятии.

2. Организация рекламной деятельности на предприятии

Инструкция:

Описать следующие пункты:

Рекламные агентства и их функции, рекламодатель, рекламопроизводитель и рекламораспространитель (в случае, если базой практики является рекламное предприятие) или Отдел рекламы и маркетинга на предприятии, структура и должностные обязанности сотрудников (в случае, если базой практики является предприятие, основным видом деятельности которого не является реклама).

Организация взаимоотношений участников рекламного процесса.

Анализ конкурентной среды предприятия.

Анализ или выявление целевой аудитории предприятия.

Анализ применяемых маркетинговых или рекламных стратегий, программ и кампаний, их эффективность. Анализ существующего фирменного стиля и рекламных носителей, их актуальность, целесообразность, соответствие требованиям.

3. Выполнение индивидуального задания.

Самостоятельное планирование, реализация, анализ и продвижение рекламной кампании, в том числе в сети интернет

Инструкция:

- Самостоятельное планирование, реализация, анализ и продвижение рекламной кампании, в том числе в сети интернет:
- Работа с базами данных и сетевыми коммуникациями

- Анализировать требования целевых групп потребителей с использованием средств исследования рынка
- Определять и разрабатывать стратегию и средства продвижения рекламного продукта
- Разрабатывать и создавать дизайн-макеты для эффективной визуальной коммуникации
- Разработка технического задания на создание продукта в сфере Креативных индустрий
- Создание графических дизайн – макетов продукта
- Планирование профессиональной деятельности в сфере Креативных индустрий
- Обеспечивать правовое и юридическое сопровождение рекламного проекта.
- Осуществлять контроль исполнения на соответствие рекламной идее и заказу рекламодателя.
- Взаимодействовать с заказчиком в ходе выполнения и сдачи рекламного проекта.
- Реализовывать технологии продвижения рекламного продукта.
- Создавать сценарии и рекламные тексты.
- Проработка новых игровых механик и обновление старых с учетом интересов целевой аудитории и психологии игроков
- Умение пользоваться системами контроля версий(git)

4. Составление бюджета рекламной кампании.

Инструкция:

Представление бюджета рекламной кампании (смету расходов на реализацию, анализ и продвижение рекламной кампании, изготовление и размещение рекламной продукции).

5. Оформление отчета

Инструкция:

Оформить отчет по практике согласно требованиям.

ПАКЕТ ЭКЗАМЕНАТОРА

III а. Условия

Количество вариантов (пакетов) заданий для экзаменуемых: 1

Максимальное время на дифференцированный зачет: 4 час.

Показатели оценки результатов освоения программы		
Номер варианта	Оцениваемые компетенции	Показатели оценки результата
Задание №1 Характеристика предприятия	ОК 1-11, ЛР 1-17, ПК 4.1.	- задачи, цели и общие требования к рекламе; - основные направления рекламной деятельности; - виды рекламной деятельности; - структуру рекламного рынка
Задание №2 Организация рекламной деятельности на предприятии	ОК 1-11, ЛР 1-17, ПК 1.1.-1.5. ПК 2.1.-2.3. ПК 3.1, 3.2. ПК 4.1.-4.3.	- выявление требований целевых групп потребителей; - разработка средств продвижения рекламного продукта; - разработка маркетинговой части бизнес-плана
Задание №3 Выполнение индивидуального задания. Самостоятельное планирование, реализация, анализ и продвижение рекламной кампании, в том числе в сети интернет	ОК 1-11, ЛР 1-17, ПК 1.1.-1.5. ПК 2.1.-2.3. ПК 3.1, 3.2. ПК 4.1.-4.3. ПК 6.1-6.13	- проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей; - анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп; - проводить аналитику при решении поставленных задач; - проводить сегментирование рынка; - принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта; - составлять рекламные тексты; - составлять бриф для заказчика - основные виды производства рекламного продукта; - правила составления текстов рекламных объявлений; - основные средства компьютерной обработки информации; - средства информационно-коммуникационного обеспечения
Задание №4 Составление бюджета рекламной кампании.	ОК 1-11, ЛР 1-17, ПК 2.1. ПК 3.1.,3.2. ПК 4.1.-4.3. ПК 6.4., 6.6.	- планирования, разработки и технического исполнения рекламного проекта; - контролирования соответствия рекламной продукции требованиям рекламодателя; - взаимодействия с субъектами рекламной деятельности - составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта; - работать с рекламой в средствах массовой информации
Задание №5 Оформление отчета	ОК 1-11, ЛР 1-17, ПК 1.4., 2.1., 4.1. ПК 3.1.,3.2. ПК 4.1.-4.3.	- проводить презентацию рекламного продукта; - создавать презентации - публично выступать и защищать проекты

III 6. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ

1. Выполнение задания:

Экспертный лист

<i>Описание компании и стратегии продвижения рекламной кампании</i>		Выполнил	Не выполнил
1	Краткая история предприятия, его структура. Техническая оснащенность. Организация и схема управления предприятием. Отделы, их задачи и основные функции. Режим работы предприятия.		
2	Анализ конкурентной среды предприятия. Анализ или выявление целевой аудитории предприятия. Анализ применяемых маркетинговых или рекламных стратегий, программ и кампаний, их эффективность. Анализ существующего фирменного стиля и рекламных носителей, их актуальность, целесообразность, соответствие требованиям		
3	Работа с базами данных и сетевыми коммуникациями Анализировать требования целевых групп потребителей с использованием средств исследования рынка Определять и разрабатывать стратегию и средства продвижения рекламного продукта Разрабатывать и создавать дизайн-макеты для эффективной визуальной коммуникации Разработка технического задания на создание продукта в сфере Креативных индустрий Создание графических дизайн – макетов продукта		
4	Взаимодействовать с заказчиком в ходе выполнения и сдачи рекламного проекта. Реализовывать технологии продвижения рекламного продукта. Создавать сценарии и рекламные тексты. Проработка новых игровых механик и обновление старых с учетом интересов целевой аудитории и психологии игроков Умение пользоваться системами контроля версий(git)		
5	Представление бюджета рекламной кампании (смету расходов на реализацию, анализ и продвижение рекламной кампании, изготовление и размещение рекламной продукции).		

6	Оформление и представление отчета.		
---	------------------------------------	--	--