



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
по профессиональному модулю
ПМ. 01 РАЗРАБОТКА И СОЗДАНИЕ ДИЗАЙНА РЕКЛАМНОЙ
ПРОДУКЦИИ

по специальности
42.02.01 Реклама

2023

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 профессионального модуля, подлежащие проверке</u>	4
1.1.1. Вид профессиональной деятельности.....	4
1.1.2. Профессиональные и общие компетенции.....	4
1.1.3. Дидактические единицы «иметь практический опыт», «уметь» и «знать».....	4
<u>1.2. Формы промежуточной аттестации по профессиональному модулю</u>	8
II. Оценка освоения междисциплинарного(ых) курса(ов)	9
<u>2.1. Задания для проведения текущего контроля</u>	9
<u>2.2. Задания для проведения дифференцированного зачета / экзамена</u>	12
III. Оценка по учебной и (или) производственной практике (по профилю специальности)	16
<u>3.1. Формы и методы оценивания</u>	16
<u>3.2. Перечень видов работ для проверки результатов освоения программы профессионального модуля на практике</u>	16
3.2.1. Учебная практика (<i>при наличии</i>).....	16
3.2.2. Производственная практика (по профилю специальности) (<i>при наличии</i>).....	16
<u>3.3. Форма аттестационного листа по практике (заполняется на каждого обучающегося)</u>	17
IV. Контрольно-оценочные материалы для экзамена (квалификационного)	17
<u>4.1. Формы проведения экзамена (квалификационного)</u>	17
<u>4.2. Форма оценочной ведомости (заполняется на каждого обучающегося)</u>	17
<u>4.3. Форма комплекта экзаменационных материалов</u>	17
<u>4.4. Перечень заданий, выполняемых в ходе очной части экзамена (квалификационного)</u>	22

1. Паспорт комплекта контрольно-оценочных средств

1.1. Результаты освоения программы профессионального модуля, подлежащие проверке

1.1.1. Вид профессиональной деятельности

Результатом освоения профессионального модуля является готовность обучающегося к выполнению вида профессиональной деятельности «Разработка и создание дизайна рекламной продукции».

1.1.2. Профессиональные и общие компетенции

В результате освоения программы профессионального модуля у обучающихся должны быть сформированы следующие компетенции.

Таблица 1. Показатели оценки сформированности ПК

Профессиональные компетенции	Показатели оценки результата
ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей.	<ul style="list-style-type: none">- 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 средств рекламы.	<ul style="list-style-type: none">- 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 графических программ;- 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	<ul style="list-style-type: none">- знает приемы и способы создания рекламного образа;- использует различные способы при создании визуальных рекламных образов.

функциями.	
------------	--

Таблица 2. Показатели оценки сформированности ОК, (в т.ч. частичной) и личностных результатов

Общие компетенции и коды личностных результатов	Показатели оценки результата
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	<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

<p>профессиональной деятельности. ЛР 3,4,7,10,15</p>	<p>помощи. - Правильное использование автоматизированных систем делопроизводства. - Эффективное применение методов и средств защиты рекламной информации.</p>
<p>ОК. 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями. ЛР 2-8, 13, 15</p>	<p>- Положительная оценка вклада членов команды в общекомандную 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 общекомандной работе. - Формирование понимания членами команды личной и коллективной ответственности. - Регулярное представление обратной связи членам команды. - Демонстрация навыков эффективного общения.</p>
<p>ОК.7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий. ЛР 2-8, 13</p>	<p>- 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>
<p>ОК. 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации. ЛР 1-3, 14, 16</p>	<p>- 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>
<p>ОК.9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности. ЛР 1-4, 7-9, 14</p>	<p>- 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>
<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. Владеть экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке. ЛР 1-4, 6-10, 12, 16, 17</p>	<p>Имеет представление об экологической, информационной и коммуникативной культуры в рекламной деятельности Владеет межкультурной коммуникацией</p>
---	---

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

1.1.3. Дидактические единицы «иметь практический опыт», «уметь» и «знать»

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен:

Иметь практический опыт	ПО1 выбора художественной формы реализации рекламной идеи; ПО2 создания визуального образа с рекламными функциями; ПО3 художественного конструирования рекламных продуктов по заданию; ПО4 упаковывать продукт в бренд
Уметь	У1 осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги; У2 разрабатывать композиционное решение рекламного продукта; У3 использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы; У4 составлять рекламные тексты; У5 разрабатывать рекламные носители для разных решений; У6 составлять бриф для заказчика; У7 создавать презентации; У8 публично выступать и защищать проекты
Знать	З1 выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы; З2 приемы и принципы составления рекламного текста; З3 композицию, шрифтовую и художественную графику в рекламе; З4 методы проектирования рекламного продукта; З5 методы психологического воздействия на потребителя З6 концепции рекламного продукта.

1.2. Формы промежуточной аттестации по профессиональному модулю

Обязательной формой аттестации по итогам освоения программы профессионального модуля является экзамен (квалификационный). Результатом этого экзамена является однозначное решение: «вид профессиональной деятельности освоен / не освоен».

Для составных элементов профессионального модуля по усмотрению образовательного учреждения может быть дополнительно предусмотрена промежуточная аттестация.

Таблица 3. Запланированные формы промежуточной аттестации

Элементы модуля, профессиональный модуль	Формы промежуточной аттестации
МДК 01.01	Э
МДК 01.02	Э
УП	ДЗ
ПП	ДЗ
ПМ	Экзамен квалификационный

II. Оценка освоения междисциплинарного(ых) курса(ов)

2.1. Задания для проведения текущего контроля

МДК 01.01 Художественное проектирование рекламного продукта

Оценка выполнения и защиты дизайн-проектов

Задание: Составление брифа для разработки дизайн-проекта.

Вопросы для составления брифа:

Контактная информация. В этом блоке напишите название компании, ФИО контактного лица, электронную почту, телефон и другие данные.

Информация о компании. В этом блоке напишите подробности о своей компании: сферу деятельности, ключевые товары и услуги, историю, ценовой сегмент. Расскажите о своем УТП, пользе для потребителя.

Целевая аудитория. Составьте портрет своего клиента. Пол, возраст, доход, образование, интересы и другие данные.

Сведения о конкурентах. Приведите примеры ваших конкурентов, расскажите, что вам нравится в их фирменном стиле, а что отталкивает.

Элементы фирменного стиля. Напишите, что конкретно нужно разработать: логотип, стилистику, визитки, стенды, брошюры, кружки, элементы одежды и так далее.

Цель разработки фирменного стиля. Расскажите, зачем вам нужен фирменный стиль. Если он уже у вас есть, то почему решили заменить/обновить?

Ограничения. Напишите, какие ограничения нужно учитывать. Например, экономичность производства будущей полиграфии.

Примеры. Приведите несколько примеров фирменного стиля компаний, которые вам нравятся и не нравятся. Опишите, почему.

Сроки и стоимость. Напишите, на какие примерные сроки разработки и бюджет вы рассчитываете.

Пожелания к фирменному стилю. В этом блоке изложите все свои пожелания к фирменному стилю. Он будет ярким или строгим? Геометрическим или художественным? Какие цвета обязательны, а какие

лучше не использовать совсем? Нужно ли несколько языковых версий всех элементов?

Дополнительная информация. В этот блок напишите все то, что не вошло в предыдущие блоки.

Экспертная оценка выполнения эскизов

Задание: Разработать мокап для рекламной кампании по составленному брифу. Компания берет на усмотрение преподавателя

Экспертная оценка выполнения авторских рекламных проектов

Задание: Разработка дорожной карты проекта

Дорожная карта включает в себя:

1. Цель проекта
2. Основные этапы реализации проекта
3. Дедлайны
4. Ответственные

Экспертная оценка составления и оформления рекламных текстов

Задание: Разработать рекламный текст по формуле AIDA

Attention (Внимание)

Interest (Интерес)

Desire (Желание)

Action (Действие)

Текст составляется согласно брифу для разработки рекламного проекта

Экспертная оценка создания визуальных образов при разработке проектов

1. Разработать логотип
2. Разработать элементы фирменного стиля компании (фирменные бланки, наружная реклама, сувенирная продукция)

МДК 01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта

Оценка выполнения и защиты дизайн-проектов

Задание: Составление брифа для разработки рекламной кампании.

Вопросы для составления брифа

1. **Общая информация о компании.** Здесь предлагают указать самые базовые сведения: название компании, контактные данные, ниша бизнеса, ссылки на сайт и соцсети.
2. **Описание товара и услуги, которую нужно продвигать.**
3. **География продвижения.**
4. **Краткое описание целевой аудитории.**
5. **Конкурентный анализ (SWOT)**

6. **УТП – Уникальное торговое предложение.** На основе анализа конкурентной среды происходит выявление собственных конкурентных преимуществ.
7. **Информация о прошедших рекламных кампаниях,** какие цели ставились и были достигнуты, идет ли реклама сейчас.
8. **Цели, сроки и бюджет рекламы** — здесь нужно предложить описать, что клиент ждет от сотрудничества с агентством и какие ресурсы для этого имеет.

Экспертная оценка выполнения эскизов

Задание: Разработать концепцию рекламной кампании. Визуально оформить в формате презентации

Экспертная оценка выполнения авторских рекламных проектов

Задание: Разработать авторский рекламный проект:

1. Придумать товар/услугу для дальнейшего продвижения. С указанием названия, чем занимается компания, кто целевая аудитория
2. Разработать УТП для компании
3. Разработать идею рекламной кампании

Экспертная оценка составления и оформления рекламных текстов

Задание: Разработать рекламное обращение и определить его группу

- 1) рациональные;
- 2) эмоциональные;
- 3) социальные (нравственные).

Экспертная оценка создания визуальных образов при разработке проектов

Задание: Разработать визуальный образ (ключевой рекламный образ) рекламной кампании.

Варианты:

- человек
- персонажи фильмов, мультфильмов, комиксов
- абстрактное изображение
- текстовый образ
- картины именитых художников
- технические новинки

И т.д.

2.2. Задания для проведения экзамена

Промежуточная аттестация по МДК 01.01 Художественное проектирование рекламного продукта проводится в форме экзамена.

Экзамен проводится в форме ответа на теоретический вопрос и выполнения практического задания.

Задание теоретическое:

Текст задания:

1. Роли в рекламе: исследователь, креатор, копирайтер, дизайнер, иллюстратор, smm-специалист, бренд-менеджер, маркетолог
2. Целевая аудитория. Сегментация. Портрет клиента
3. Рекламные носители
4. Концептуальные стилеобразующие элементы – логотип, товарный знак, торговая марка, эмблема фирмы.
5. Носители фирменного стиля

Задание практическое:

Разработка бренд-бука компании:

1. Логотип
2. Фирменный шрифт
3. Фирменные цвета
4. Фирменные носители (не менее 10 шт.)

Критерии оценивания промежуточного контроля по МДК 01.01 Художественное проектирование рекламного:

Критерии оценивания теоретических знаний:

«Отлично» - ставится, если студент:

- а) обстоятельно, с достаточной полнотой излагает тему;
- б) дает правильные формулировки, точные определения понятий и терминов, обнаруживает полное понимание материала и может обосновать свой ответ, привести примеры, не только данные в конспекте (учебнике), но и самостоятельно составленные, правильно отвечает на дополнительные вопросы;
- в) уверенно и правильно проводит разбор материала и обосновывает его, правильно пользуется терминологией;
- г) свободно владеет речью (демонстрирует связность и последовательность в изложении);
- д) демонстрирует умение действовать в стандартных и нестандартных профессиональных ситуациях.

«Хорошо» - ставится, если студент дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для отметки «отлично», но допускает единичные ошибки, которые сам же исправляет после замечания преподавателя.

«Удовлетворительно» - ставится, если студент обнаруживает знание и понимание основных положений данной темы, но:

- а) допускает неточности в формулировке понятий и терминов, затрудняется обосновать свой ответ, не может привести самостоятельно составленные примеры, затрудняется при ответе на дополнительные вопросы;
- б) допускает частичные ошибки при разборе материала;
- в) излагает материал недостаточно связно и последовательно с частыми

заминками и перерывами.

«Неудовлетворительно» - ставится, если студент обнаруживает незнание или непонимание большей части соответствующего раздела.

Критерии оценивания практических умений:

«Отлично» - ставится, если студент:

а) уверенно и правильно выполняет манипуляцию в точном соответствии с алгоритмом;

б) обнаруживает полное понимание целей выполняемой манипуляции, может обосновать свои действия, пользуясь профессиональной терминологией, правильно отвечает на дополнительные вопросы;

в) свободно владеет речью (демонстрирует связность и последовательность в изложении);

г) демонстрирует умение действовать в стандартных и нестандартных профессиональных ситуациях.

«Хорошо» - ставится, если студент обнаруживает практические умения, удовлетворяющие тем же требованиям, что и для отметки «отлично», но допускает единичные негрубые ошибки, которые сам же исправляет после замечания преподавателя.

«Удовлетворительно» - ставится, если студент обнаруживает практические умения, но:

а) допускает неточности при выполнении алгоритма, не приводящие к негативным последствиям, затрудняется обосновать свои действия, затрудняется при ответе на дополнительные вопросы;

б) излагает материал недостаточно связно и последовательно с частыми заминками и перерывами;

в) испытывает затруднения в действиях при нестандартных профессиональных ситуациях.

«Неудовлетворительно» - ставится, если студент допускает грубые нарушения алгоритма действий и ошибки, влекущие за собой возникновение последствий, отсутствие умения действовать в стандартных профессиональных ситуациях.

Промежуточная аттестация по МДК 01.02 Разработка творческой концепции рекламного продукта проводится в форме экзамена.

Экзамен проводится в форме ответа на теоретический вопрос и выполнения практического задания.

Задание теоретическое:

Текст задания:

1. Понятие рекламного продукта

2. Виды рекламных продуктов: продукты творческого труда, внешняя визуализация, концепция, технологические аспекты, организационно-управленческие аспекты, услуги по размещению рекламы
3. Рекламные тексты по методу 5W
4. Понятие креативной концепции
5. Маркетинговое планирование, планирование рекламы и проектирование рекламного продукта: уникальное торговое предложение, целевая аудитория, SWOT анализ

Задание практическое:

Задание: Разработка рекламной кампании на примере собственного продукта:

1. Название компании
2. Целевая аудитория
3. УТП (Уникальное торговое предложение)
4. Рекламное обращение
5. Key visual (ключевой рекламный образ)
6. SWOT анализ
7. Концепция продвижения

**Критерии оценивания промежуточного контроля по МДК 01.02
Разработка творческой концепции рекламного продукта:**

Критерии оценивания теоретических знаний:

«Отлично» - ставится, если студент:

- а) обстоятельно, с достаточной полнотой излагает тему;
- б) дает правильные формулировки, точные определения понятий и терминов, обнаруживает полное понимание материала и может обосновать свой ответ, привести примеры, не только данные в конспекте (учебнике), но и самостоятельно составленные, правильно отвечает на дополнительные вопросы;
- в) уверенно и правильно проводит разбор материала и обосновывает его, правильно пользуется терминологией;
- г) свободно владеет речью (демонстрирует связность и последовательность в изложении);
- д) демонстрирует умение действовать в стандартных и нестандартных профессиональных ситуациях.

«Хорошо» - ставится, если студент

дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для отметки «отлично», но допускает единичные ошибки, которые сам же исправляет после замечания преподавателя.

«Удовлетворительно» - ставится, если студент обнаруживает знание и понимание основных положений данной темы, но:

- а) допускает неточности в формулировке понятий и терминов, затрудняется обосновать свой ответ, не может привести самостоятельно составленные

примеры, затрудняется при ответе на дополнительные вопросы;
б) допускает частичные ошибки при разборе материала;
в) излагает материал недостаточно связно и последовательно с частыми заминками и перерывами.

«Неудовлетворительно» - ставится, если студент обнаруживает незнание или непонимание большей части соответствующего раздела.

Критерии оценивания практических умений:

«Отлично» - ставится, если студент:

а) уверенно и правильно выполняет манипуляцию в точном соответствии с алгоритмом;

б) обнаруживает полное понимание целей выполняемой манипуляции, может обосновать свои действия, пользуясь профессиональной терминологией, правильно отвечает на дополнительные вопросы;

в) свободно владеет речью (демонстрирует связность и последовательность в изложении);

г) демонстрирует умение действовать в стандартных и нестандартных профессиональных ситуациях.

«Хорошо» - ставится, если студент обнаруживает практические умения, удовлетворяющие тем же требованиям, что и для отметки «отлично», но допускает единичные негрубые ошибки, которые сам же исправляет после замечания преподавателя.

«Удовлетворительно» - ставится, если студент обнаруживает практические умения, но:

а) допускает неточности при выполнении алгоритма, не приводящие к негативным последствиям, затрудняется обосновать свои действия, затрудняется при ответе на дополнительные вопросы;

б) излагает материал недостаточно связно и последовательно с частыми заминками и перерывами;

в) испытывает затруднения в действиях при нестандартных профессиональных ситуациях.

«Неудовлетворительно» - ставится, если студент допускает грубые нарушения алгоритма действий и ошибки, влекущие за собой возникновение последствий, отсутствие умения действовать в стандартных профессиональных ситуациях.

III. Оценка по учебной и производственной практике (по профилю специальности)

3.1. Формы и методы оценивания

Предметом оценки по учебной и производственной практике (по профилю специальности) обязательно являются дидактические единицы «иметь практический опыт» и «уметь».

Оценка по учебной и производственной практике (по профилю специальности) выставляется на основании аттестационного листа и контроля освоения практических навыков на дифференцированном зачете.

3.2. Перечень видов работ для проверки результатов освоения программы профессионального модуля на практике

3.2.1. Учебная практика

Таблица 4. Перечень видов работ учебной практики

Виды работ форме практической подготовки через выполнение обучающимися отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью	Коды проверяемых результатов		
	ПК	ОК, ЛР	ПО, У
1. Составить бриф для заказчика 2. Прописать целевую аудиторию клиента 3. Разработка УТП компании 4. Составить конкурентный анализ 5. Проработка идеи рекламных носителей 6. Разработка концепции фирменного стиля 7. Проработка идей по разработке нового логотипа 8. Проработка идей по цветовому решению фирменного стиля	ПК 1.1 -1.5	ОК 1-11, ЛР 1-17	ПО 3, ПО4 У1, У2, У3, У4, У5, У6, У7, У8

3.2.2. Производственная практика (по профилю специальности)

Таблица 5 Перечень видов работ производственной практики (по профилю специальности)

Виды работ форме практической подготовки через выполнение обучающимися отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью	Коды проверяемых результатов		
	ПК	ОК, ЛР	ПО, У
1. Разработка рекламных носителей 2. Разработка и создание нового логотипа 3. Разработка цветового решения фирменного стиля 4. Разработка стилеобразующих элементов для фирменного стиля компании 5. Создание фирменного стиля компании 6. Согласование фирменного стиля с заказчиком	ПК 1.1 -1.5	ОК 1-11, ЛР 1-17	ПО1, ПО2, ПО3 У1, У2, У3, У4, У5, У6, У7, У8

3.3. Форма аттестационного листа по практике (заполняется на каждого обучающегося)

Дифференцированный зачет по учебной и производственной практике (по профилю специальности) выставляется на основании данных аттестационного листа (характеристики профессиональной деятельности обучающегося на практике) с указанием видов работ, выполненных обучающимся во время практики, их объема, качества выполнения в соответствии с технологией и (или) требованиями организации, в которой проходила практика.

IV. Контрольно-оценочные материалы для экзамена (квалификационного)

4.1. Формы проведения экзамена (квалификационного)

Экзамен (квалификационный) проводится в накопительной форме с учетом оценок МДК, учебной практики и производственной практики (по профилю специальности).

Итогом экзамена (квалификационного) является однозначное решение: «**вид профессиональной деятельности освоен или не освоен**» и оценка по пятибалльной системе.

4.2. Форма оценочной ведомости - сводная ведомость по ПМ - заполняется специалистом деканата.

4.3. 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 профессионального модуля ПМ.01 Разработка и создание дизайна рекламной продукции по специальности СПО 42.02.01 Реклама.

Оцениваемые компетенции, личностные результаты:

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.

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 личностно 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 профессионально 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

Оцениваемые компетенции: ПК 1.1 -1.5, ОК 1-11, ЛР 1-17

Разработка бренд-бука для компании

Бренд-бук должен включать в себя:

1. Позиционирование бренда — миссия, ценности, уникальное торговое предложение, преимущества
2. Портрет целевой аудитории
3. Анализ конкурентов
4. Маркетинговая стратегия бренда
5. Написание названия бренда, его произношение, значения и правила грамматического использования
6. Слоган бренда
7. Логотип или фирменный знак;
8. Типографика;
9. Цветовые решения;
10. Иллюстрации;
11. Примеры использования дизайна на разных носителях.

Инструкция

1. Внимательно прочитайте задание.
2. Пошагово выполняйте каждое задание
3. Визуал должен соответствовать деятельности компании
4. Визуальные решения должны соответствовать современным трендам

Максимальное время выполнения задания – 6 часов.

ПАКЕТ ЭКЗАМЕНАТОРА

III а. Условия выполнения заданий

Количество вариантов (пакетов) заданий для экзаменуемых: 1

Время выполнения каждого задания и максимальное время на экзамен (квалификационный):

Задание № 1 6 часов

Всего на экзамен 6 часов

Показатели оценки результатов освоения программы профессионального модуля

Номер и содержание задания	Оцениваемые компетенции и личностные результаты	Показатели оценки результата
Задание №1 Разработка бренд-бука	ПК 1.1 - 1.5, ОК 1-11, ЛР 1-17	<ul style="list-style-type: none">- 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;- 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 графических программ;- использует выразительные возможности шрифтового изображения;- использует различные художественные средства при разработке рекламного продукта;- знает основные этапы выполнения рекламного проекта;- проводит предпроектное исследование;- разрабатывает дизайн-концепцию;- разрабатывает композиционно-пластические решения;

		<ul style="list-style-type: none"> - обосновывает идею проекта; - имеет представление о профессиональном языке; - знает структуру рекламного текста; - знает принципы создания рекламного текста; - оставляет и оформляет тексты рекламных объявлений; - знает приемы и способы создания рекламного образа; - использует различные способы при создании визуальных рекламных образов.
--	--	--

III 6. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ

Экспертный лист

Маркетинговые составляющие		Выполни л	Не выполни л
1	Прописано позиционирование бренда — миссия, ценности, уникальное торговое предложение, преимущества		
2	Составлен портрет целевой аудитории. Проведена сегментация целевой аудитории		
3	Проведен анализ конкурентов. Составлен SWOT анализ		
4	Проработана маркетинговая стратегия бренда		
5	Написано названия бренда, его произношение, значения и правила грамматического использования		
6	Присутствует слоган бренда		
Визуальные составляющие			
7	Присутствует логотип или фирменный знак		
8	Присутствует типографика		
9	Присутствуют цветовые решения		
10	Присутствуют иллюстрации		
11	Приведены примеры использования дизайна на разных носителях		

4.4. Перечень заданий, выполняемых в ходе экзамена (квалификационного)

Таблица 6. Перечень заданий экзамена

№ заданий	Проверяемые результаты обучения (ПК, ОК, ЛР)	Тип задания
Задание №1	ПК 1.1 - 1.5, ОК 1-11,	Практическое задание

	ЛР 1-17	
--	---------	--