

УТВЕРЖДЕНО
Директор АНО СПО
«Бирский кооперативный техникум»

Р.Г. Ахунова
Р.Г. Ахунова
« 21 » августа 2018 год

Р.Г. Ахунова
Р.Г. Ахунова
« 30 » августа 2019 год

Р.Г. Ахунова
Р.Г. Ахунова
« 31 » августа 2010 год

Р.Г. Ахунова
Р.Г. Ахунова
« 31 » августа 2011 год

СОГЛАСОВАНО
Директор регионального центра
Тамаритов В.В.
« 21 » августа 2018 год

СОГЛАСОВАНО
Директор информационного центра
Берляков В.В.
« 29 » июня 2018 год

СОГЛАСОВАНО

« _____ » _____ 201_ год

КОМПЛЕКТ
КОНТРОЛЬНО- ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ
ПМ. 05 Выполнение работ по одной или нескольким
профессиям рабочих, должностям служащих
20032 Агент рекламный

Рассмотрено на заседании предметно- цикло-
вой комиссии УГ 42.00.00 Средства массовой
информации и информационно- библиотечное
дело

Председатель ПЦК

Сул / *Ахматова М.И.* /

2018-2019 учебный год Протокол № 5 от 29.06.2018 *Сул* / *Ахматова М.И.* /
2019-2020 учебный год Протокол № 1 от 29.08.2019 *Сул* / *Ахматова М.И.* /
2010-2011 учебный год Протокол № 1 от 28.08.2010 *Сул* / *Ахматова М.И.* /
2011-2012 учебный год Протокол № 1 от 30.08.2011 *Сул* / *Мухомель Г.С.* /



БАШПОТРЕБСОЮЗ

Автономная некоммерческая организация среднего профессионального образования «Бирский кооперативный техникум»

ЭКСПЕРТИЗА

Комплекта контрольно - оценочных средств по учебной дисциплине/ профессиональному модулю

Тех. об. Отташские работ по электр. или механике
Формы оценки успеваемости обучающихся

(название)

программы подготовки специалистов среднего звена по специальности

48.02.01 Ремонт

Наименование экспертного показателя		Экспертная оценка	
		да	нет
Экспертиза оформления титульного листа			
1	Наименование комплекта контрольно-оценочных средств профессионального модуля на титульном листе совпадает с наименованием учебной дисциплины/профессионального модуля в ППСЗ	✓	
2	Оборотная сторона титульного листа заполнена в соответствии с рекомендациями	✓	
Экспертиза раздела «Результаты освоения модуля, подлежащие проверке»			
1	Раздел «Результаты освоения учебной дисциплины/модуля, подлежащие проверке» имеется	✓	
2	Пункт «Профессиональные и общие компетенции» заполнен (с показателями оценки результата)	✓	
3	Пункт «Иметь практический опыт – уметь – знать» заполнен	✓	
Экспертиза раздела «Формы промежуточной аттестации по профессиональному модулю»			
1	Представлена информация по формам промежуточной аттестации по учебной дисциплине/ профессиональному модулю	✓	
Экспертиза раздела «Оценка освоения теоретического курса профессионального модуля»			
1	Пункт «Общие положения» представлен	✓	
2	Пункт «Типовые задания для оценки освоения учебной дисциплины/МДК представлен вопросами и заданиями к зачету/экзамену	✓	
3	Пункт «Оценка по учебной и (или) производственной практике» представлен общими положениями и характеристикой видов работ практики и проверяемыми результатами обучения по профессиональному модулю	✓	
4	Пункт «Форма аттестационного листа» (характеристика профессиональной деятельности студента во время практики) представлен	✓	
Экспертиза раздела «Контрольно-оценочные материалы для экзамена (квалификационного)»			
1	Раздел «Контрольно-оценочные материалы для экзамена (квалификационного)» представлен	✓	
2	Пункт «Общие положения» представлен	✓	
3	Пункт «Защита курсового проекта» представлен		✓
4	Пункт «Выполнение заданий» представлен и заполнен - задания представлены в количестве, достаточном для проверки	✓	

	качества образовательных результатов студентов; - каждое задание имеет: перечень проверяемых результатов обучения, текст задания, вопросы к заданию, критерии оценки.		
5	Перечень основной и дополнительной литературы включает общедоступные источники информационной базы образовательной организации	✓	
6	Перечисленные Интернет-ресурсы актуальны и достоверны (если предусмотрены)	✓	
7	Перечисленные источники соответствуют библиографическим требованиям оформления	✓	
Экспертиза оформления комплекта оценочных средств			
1	Комплект контрольно-оценочных материалов для оценки сформированности общих и профессиональных компетенций студентов имеется	✓	
2	Комплект контрольно-оценочных материалов оформлен в соответствии с рекомендациями	✓	
3	Контрольно-оценочные материалы позволяют оценить сформированность общих и профессиональных компетенций по учебной дисциплине/ профессиональному модулю	✓	
Итоговое заключение (следует выбрать одни из альтернативных позиций)			
1	Комплект контрольно-оценочных средств по профессиональному модулю может быть рекомендован к утверждению	✓	
2	Комплект контрольно-оценочных средств по профессиональному модулю следует рекомендовать к доработке		
3	Комплект контрольно-оценочных средств по профессиональному модулю следует рекомендовать к отклонению		
Замечания и рекомендации эксперта по доработке _____ _____ _____			

Руководитель экспертной группы (комиссии) _____

Олеф

Ахмашова

РЕЦЕНЗИЯ
на комплект контрольно-оценочных средств
по профессиональному модулю ПМ.05 Выполнение работ по одной или
нескольким профессиям рабочих, должностям служащих 20032 Агент
рекламный
специальности 42.02.01 Реклама

Комплект контрольно-оценочных средств по профессиональному модулю разработан в АНО СПО «Бирсккооптехникум» для обеспечения требований ФГОС СПО к минимуму содержания и подготовки по специальности 42.02.01 Реклама.

Контрольно- оценочные средства составлены на основе программы профессионального модуля и охватывают ее наиболее актуальные разделы и темы.

Комплект контрольно-оценочных средств включает в себя следующие элементы:

1. Паспорт контрольно – оценочных средств
2. Оценочные средства для текущей и промежуточной аттестации.

В соответствии с ФГОС СПО, комплект контрольно- оценочных средств является составной частью нормативно- методического обеспечения системы оценки качества освоения студентами программы подготовки специалистов среднего звена. В паспорте комплекта контрольно- оценочных средств отражены цели и задачи изучения профессионального модуля, сформулированы профессиональные компетенции. В паспорте определены виды аттестации для оценки результатов подготовки по профессиональному модулю и формы контроля и оценивания элементов модуля.

Обучение по профессиональному модулю заканчивается сдачей квалификационного экзамена. При помощи комплекта оценочных средств осуществляется контроль и управление процессом приобретения студентами необходимых знаний, умений, профессиональных компетенций. Вопросы и практические задания максимально приближены к условиям будущей профессиональной деятельности студентов. Вопросы и задания носят равноценный характер, формулировки четкие, краткие, понятные, исключая двойное толкование.

Представленный комплект контрольно-оценочных средств может быть использован для аттестации студентов на соответствие их персональных достижений требованиям соответствующей программы подготовки специалистов среднего звена.



Рецензент

Директор рекламного творчества «Терек»
Александр Павлович Павлов

Комплект контрольно-оценочных средств по профессиональному модулю ПМ.05 **Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих 20032 Агент рекламный** разработан на основе Федерального государственного образовательного стандарта по профессиям среднего профессионального образования по программе подготовки квалифицированных рабочих, служащих по профессии 42.01.01.Агент рекламный

Разработчики:

Попова Л.Ф., преподаватель АНО СПО «Бирский кооперативный техникум»

Гайтанова Д.Д., преподаватель АНО СПО «Бирский кооперативный техникум»

ОДОБРЕНО Методическим советом техникума

Протокол № 9 от «29» 06 2018 г.

Председатель Методсовета [Подпись] / Мухоморова А.А.

РАССМОТРЕНО

на заседании ПЦК УГ. 42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело

Протокол № 5 от «29» 06 2018 г.

Председатель ПЦК [Подпись] / Ахкамова М.И.

РАССМОТРЕНО

на заседании ПЦК УГ. 42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело

Протокол № 1 от «29» 08 2019 г.

Председатель ПЦК [Подпись] / Ахкамова М.И.

РАССМОТРЕНО

на заседании ПЦК УГ. 42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело

Протокол № 1 от «28» 08 2020 г.

Председатель ПЦК [Подпись] / Ахкамова М.И.

РАССМОТРЕНО

на заседании ПЦК УГ. 42.00.00 Средства массовой информации и информационно-библиотечное дело

Протокол № 1 от «30» 08 2021 г.

Председатель ПЦК [Подпись] / Мухоморова С.Е.

Содержание

I. Паспорт комплекта контрольно-оценочных средств	3
1.1. Область применения.....	3
1.2. Система контроля и оценки освоения программы ПМ	8
1.2.1. Формы промежуточной аттестации по ОПОП при освоении профессионального модуля.....	8
1.2.2. Организация контроля и оценки освоения программы ПМ	9
2. Комплект материалов для оценки сформированности общих и профессиональных компетенций по виду профессиональной деятельности..	10
2.1. Комплект материалов для оценки сформированности общих и профессиональных компетенций по виду профессиональной деятельности с использованием практических заданий.....	12
2.2. Комплект материалов для оценки сформированности общих и профессиональных компетенций по виду профессиональной деятельности с использованием портфолио	20
ПРИЛОЖЕНИЕ 1. Оценочная ведомость по профессиональному модулю....	31
ПРИЛОЖЕНИЕ 2. Оформление портфолио	32
ПРИЛОЖЕНИЕ 3. Анкета для самооценки студента.....	33

I. Паспорт комплекта контрольно-оценочных средств

1.1. Область применения

Комплект контрольно-оценочных средств предназначен для проверки результатов освоения профессионального модуля (далее ПМ) программы подготовки специалистов среднего звена (далее ППССЗ) по специальности СПО 42.02.01 Реклама в части овладения видом профессиональной деятельности (ВПД) ПМ.05. Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих 20032

Комплект контрольно-оценочных средств позволяет оценивать:

1.1.1. Освоение профессиональных компетенций (ПК), соответствующих виду профессиональной деятельности, и общих компетенций (ОК):

Профессиональные и общие компетенции	Показатели оценки результата	Средства проверки
ДПК 5.1. Осуществлять деятельность по поиску и привлечению клиентов.	Осуществление деятельности по поиску и привлечению клиентов	Формы контроля обучения: 1) Текущий контроль качества обученности студентов
ДПК 5.2. Осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг.	Осуществление в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг	осуществляется в устной и письменной формах: а) фронтальный и индивидуальный опрос во время аудиторных занятий;
ДПК 5.3. Оформлять договорную и финансовую документацию при работе с заказчиком.	Оформление договорной и финансовой документации при работе с заказчиком	б) оценка по результатам тестирования и выполнения практических работ;
ДПК 5.4. Опирайтесь в работе на правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию услуг.	Использование при работе нормативно-правовые акты, регулирующие взаимоотношения по оказанию услуг	с) проверка осуществления анализа и реферирования научно-методической и учебной литературы при выполнении системы самостоятельных работ по лекционному курсу;
ДПК 5.5. Вести переговоры с заказчиками	Ведение переговоров с заказчиками	д) экспертное наблюдение и оценка результатов деятельности обучающихся при выполнении работ на различных этапах учебной практики.
ДПК 5.6. Использовать офисную оргтехнику, информационные и коммуникационные технологии при получении и оформлении заказа.	Использование офисной оргтехники, информационных и коммуникационных технологий при получении и оформлении заказа	2) Периодический (рубежный) контроль в виде теста как результат освоения ведущих тем модуля. 3) Промежуточная аттестация: Учебная практика по модулю – дифференцированный зачет. 4) Итоговый контроль в виде квалификационного экзамена по профессиональному модулю.
ДПК 5.7. Контакттировать с производителями рекламы по вопросам производства рекламного продукта.	Взаимодействие с производителями рекламы по вопросам производства рекламного продукта	Формы оценки результативности обучения: - традиционная система отметок в баллах за каждую выполненную работу.
ДПК 5.8. Работать в рекламных акциях в качестве исполнителя.	Работа в рекламных акциях в качестве исполнителя	Методы контроля направлены на проверку умения учащихся: - делать осознанный выбор способов действий из ранее известных;
ДПК 5.9. Контакттировать со	Взаимодействие со	- осуществлять коррекцию

средствами массовой информации по вопросам размещения рекламы.	средствами массовой информации по вопросам размещения рекламы	(исправление) сделанных ошибок на новом уровне предлагаемых заданий; - работать в группе и представлять как свою, так и позицию группы; Методы оценки результатов обучения: - мониторинг роста самостоятельности и навыков получения новых умений и знаний каждым обучающимся.)
--	---	--

1.1.2. Приобретение в ходе освоения профессионального модуля практического опыта

Иметь практический опыт	Виды работ на учебной и/или производственной практике и требования к их выполнению
<p>- ведения переговоров с заказчиком; - использования офисной оргтехники, информационных и коммуникационных технологий при получении и оформлении заказа, при продвижении рекламы - оформления договорной и финансовой документации при работе с заказчиком; организация связи со средствами массовой информации работы в рекламных акциях в качестве исполнителя</p>	<p>Задания на учебную практику:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Создание и оформление студенческой газеты для образовательной организации; 2. Разработка названия студенческой рекламной газеты, ее логотипа, слогана; 3. Оформление фирменного стиля газеты в редакторе CoralDraw; 4. Разработка верстки газеты, оформление в AdobeInDesign; 5. Оформление стилизованных элементов на каждую специальность техникума; 6. Создание и оформление статьи о мероприятиях образовательного учреждения; 7. Понятие неэтичной рекламы; 8. Подготовка макета газеты к печати; 9. Проведение мониторинга рекламы других образовательных учреждений; 10. Оценка рекламной деятельности конкурентов; 11. Подготовка информационных сообщений по теме: «основные виды рекламы»; 12. Особенности и трудности в составлении глоссария; 13. Основы информационных технологий в рекламной деятельности; 14. Выполнение подборки материалов по рекламе в магазинах города; 15. Современная оргтехника; 16. Понятие «бренд», «брендинг». Виды брендинга, правила и этапы создания бренда. Технологии и способы создания бренда; 17. Составление рекламной печатной листовки; 18. Особенности разработки логотипа и слогана; 19. Сильные и слабые стороны рекламных агентств – конкурентов; 20. Составление рекламного обращения, его графическое сопровождение; 21. Классификация POS-материалов; 22. Создание видеоряда средств оперативной полиграфии; 23. Проведение промо-акций; 24. Сканирование и распознавание текста в программе ABBYY FineReader. Автоматический перевод текста; 25. Оформление рекламного буклета; 26. Тренинг «Технология привлечения клиентов»; 27. Опыт рекламы в другой образовательной организации города; 28. Значение иллюстраций: их содержание. Трудности в разработке; 29. Описание алгоритма работы средств оперативной полиграфии; 30. Разработка Интернет – рекламы; 31. Организация размещения рекламы: показы, выставки, PR-компания, дегустации, презентации; 32. Область применения компьютерной графики;

	<p>33. Проведение дегустации, презентации, рекламной продажи;</p> <p>34. Работа с текстом;</p> <p>35. Организация деловых коммуникаций на рынке рекламы;</p> <p>36. Уровни анализа эффективности рекламы в Интернете. Формы продвижения в Интернете;</p> <p>37. Особенности работы со стилями, объектами;</p> <p>38. Описание алгоритма работы средств оперативной полиграфии;</p> <p>39. Подготовка информационных сообщений на тему: «потребительские мотивы, используемые в рекламных объявлениях»;</p> <p>40. Прикладное программное обеспечение;</p> <p>41. Интернет технологии в рекламе;</p> <p>42. Трудности работы с мастер страницами;</p> <p>43. Рекламные исследования;</p> <p>44. Создание рекламного сообщения об образовательном учреждении для публикации в СМИ, демонстрации на телевидении;</p> <p>45. Понятие, задачи и область применения компьютерной графики;</p> <p>46. Программное обеспечение для глобальных сетей;</p> <p>47. Разработка структуры BTL- агентств, его логотипа, печатной продукции: визиток, листовок, открыток;</p> <p>48. Разработка Интернет – рекламы;</p> <p>49. Подготовка информационных сообщений по теме: «примеры недобросовестной, незтичной, недостоверной рекламы»;</p> <p>50. Особенности рекламного шоу, рекламного аукциона;</p> <p>51.Методоориентированное прикладное программное обеспечение;</p> <p>52. Составление брифа на рекламный текст;</p> <p>53. Глобальные сети: значение, проблемы, перспективы;</p> <p>54. Тренинг «Организация рекламного агентства»;</p> <p>55. Решение задач в области нарушения рекламного законодательства;</p> <p>56. Процесс получения заказа: подготовка предложения, изложение и обсуждение предложения с заказчиком. Взаимодействие со СМИ. Размещение рекламного заказа;</p> <p>57.Информационно-коммуникационные технологии и вычислительные средства;</p> <p>58. Средства обработки документов;</p> <p>59. Подготовка информационных сообщений по теме: «ведущие рекламные агентства России»;</p> <p>60. Покупка средств рекламы. Выбор носителя рекламы;</p> <p>61. Характеристика и классификация рекламы;</p> <p>62. Создание баз данных клиентов;</p> <p>63. Правовое регулирование рекламной деятельности;</p> <p>64. Тренинг «Переговоры с заказчиком»;</p> <p>65. Проблемно-ориентированное программное обеспечение;</p> <p>66. Технологии WWW (WORLD-WIDE-WEB);</p> <p>67. Современное оборудование офиса;</p> <p>68. Подготовка информационных сообщений по теме: «позитивное и негативное влияние рекламы на общество посредством сети Интернет, в печатных СМИ»;</p> <p>69. Организация Public relations (PR);</p> <p>70. Оформление заказов на изготовление визиток;</p> <p>71. Копирование и оперативное размножение документов;</p> <p>72. Проведение переговоров с партнерами в интересах клиента. Помощь клиенту в решении оперативных вопросов</p>
--	---

1.1.3. Освоение умений и усвоение знаний:

Усвоенные умения	Показатели оценки результата	Задания для проверки
контактировать с заказчиками рекламного продукта и вести переговоры с заказчиками;	контактирует с заказчиками рекламного продукта и вести переговоры с заказчиками;	Практические занятия
осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг; выбирать и использовать различные виды средств распространения рекламы;	осуществляет в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг; выбирать и использовать различные виды средств распространения рекламы;	
проводить основные мероприятия связей с общественностью;	проводит основные мероприятия связей с общественностью;	
применять средства связи;	применяет средства связи;	
использовать способы оперативной полиграфии;	использует способы оперативной полиграфии;	
использовать вычислительные средства в рекламной деятельности.	использует вычислительные средства в рекламной деятельности.	
контактировать с производителями рекламы по вопросам производства и размещения;	контактирует с производителями рекламы по вопросам производства и размещения;	
пользоваться специализированным программным обеспечением для обработки графических изображений;	пользуется специализированным программным обеспечением для обработки графических изображений;	
оцифровывать текстовую и графическую информацию.	оцифровывает текстовую и графическую информацию.	
Усвоенные знания	Показатели оценки результата	Задания для проверки
виды рекламной деятельности;	определяет виды рекламной деятельности;	Самостоятельная работа: Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы, терминологии,
виды рекламных средств и средств распространения рекламы;	определяет виды рекламных средств и средств распространения рекламы;	
требования к рекламированию товаров и услуг, установленные законом;	определяет требования к рекламированию товаров и услуг, установленные законом;	

субъекты рекламного процесса и их взаимодействие;	определяет субъекты рекламного процесса и их взаимодействие;	изучение нормативно-правовых актов. Подготовка к практическим занятиям с использованием методических рекомендации преподавателя, оформление практических работ, рефератов, докладов, подготовка к их защите.
правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию рекламных услуг;	определяет правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию рекламных услуг;	
ответственность участников рекламного процесса за ненадлежащую рекламу	определяет ответственность участников рекламного процесса за ненадлежащую рекламу	
социально-психологические основы рекламы;	определяет социально-психологические основы рекламы;	
факторы и методы воздействия рекламы на человека;	определяет факторы и методы воздействия рекламы на человека;	
факторы, влияющие на покупку товара;	определяет факторы, влияющие на покупку товара;	
информационные материалы связей с общественностью, их виды;	определяет информационные материалы связей с общественностью, их виды;	
организационную структуру организаций;	определяет организационную структуру организаций;	
средства оргтехники и требования безопасности труда;	определяет средства оргтехники и требования безопасности труда;	
средства составления оригиналов текстовых документов;	определяет средства составления оригиналов текстовых документов;	
средства копирования и оперативного размножения документов;	определяет средства копирования и оперативного размножения документов;	
средства для обработки документов;	определяет средства для обработки документов;	
средства связи;	определяет средства связи;	
вычислительные средства;	определяет вычислительные средства;	
основные виды производства рекламного продукта;	определяет основные виды производства рекламного продукта;	
правила составления текстов рекламных объявлений;	определяет правила составления текстов рекламных объявлений;	

основные средства компьютерной обработки информации;	определяет основные средства компьютерной обработки информации;	
основы цифровой фотографии;	определяет основы цифровой фотографии;	
средства информационно-коммуникационного обеспечения;	определяет средства информационно-коммуникационного обеспечения;	
направления рекламной работы;	определяет направления рекламной работы;	
содержание рекламной информации;	определяет содержание рекламной информации;	
применяемые средства рекламы;	определяет применяемые средства рекламы;	
рекламные мероприятия;	определяет рекламные мероприятия;	
понятие о разделении рекламных функций оптовой, розничной торговли и промышленности.	определяет понятие о разделении рекламных функций оптовой, розничной торговли и промышленности.	

1.2. Система контроля и оценки освоения программы ПМ

1.2.1. Формы промежуточной аттестации по ОПОП при освоении профессионального модуля

Элементы модуля, профессиональный модуль	Формы промежуточной аттестации
МДК 05.01. Организация деятельности по работе с заказчиком, размещение и сопровождение рекламы	Зачёт
УП	Дифференцированный зачет
ПМ	Квалификационного экзамена

1.2.2. Организация контроля и оценки освоения программы ПМ.

Текущий контроль результатов освоения модуля осуществляется в процессе изучения всех составляющих модуля. При освоении МДК систематически оцениваются показатели, сформулированные в таблице 1.2. Применяются такие методы оценивания как устный опрос, тестирование, решение ситуационных задач, оценка самостоятельной работы студента.

Рубежный контроль осуществляется в форме защиты практических заданий, контрольных работ. Промежуточный контроль по модулю ПМ.05. проводится в соответствии с учебным планом в форме дифференцированного зачета по учебной и производственной практикам и МДК 05.01

Предметом оценки освоения МДК являются умения и знания в соответствии с показателями, приведенными в таблице 1.1.3. Комплексный дифференцированный зачет по МДК проводится с учетом результатов текущего контроля, оформленного в классном журнале. Оценка «отлично» по всем проверяемым показателям освобождает студента от дифференцированного зачета.

Предметом оценки по учебной практике является освоение всего комплекса умений, приобретение первичного практического опыта. Контроль и оценка по учебной практике проводится на основе оценочных записей руководителя учебной практики в дневнике по учебной практике. В дневнике отражаются все виды работ, выполненных обучающимися во время учебной практики, их объем, качество выполнения в соответствии с показателями, приведенными в таблице 1.1.2 и программой практики.

Характеристика обучающегося с места прохождения практики составляется и визируется руководителями практики: представителем образовательного учреждения. В характеристике отражается степень освоения студентом профессиональных и общих (в аспекте модуля) компетенций, соответствие его деятельности требованиям организации, в которой проходила практика.

Итоговый контроль освоения вида профессиональной деятельности «методическое обеспечение образовательного процесса» осуществляется на квалификационном экзамене. Квалификационный экзамен является формой итоговой аттестации. Условием допуска к квалификационному экзамену является положительная аттестация по всем МДК модуля, учебной практике.

Специфика модуля, предполагающая непосредственную работу с методическими материалами именно в условиях учреждения дополнительного образования, что определяет и форму квалификационного экзамена: защита портфолио.

Так как именно на производственной практике проводится экспертная оценка освоения студентами профессиональных компетенций, то система показателей этой оценки доводится как до студента (в дневнике производственной практики по ПМ.01), так и до руководителей производственной практики («Лист оценки деятельности студента-практиканта руководителем рекламного агентства» для подготовки характеристики).

Условием положительной аттестации (вид профессиональной деятельности освоен) на квалификационном экзамене является положительная оценка освоения всех профессиональных компетенций по всем контролируемым показателям.

При отрицательном заключении хотя бы по одной из профессиональных компетенций принимается решение «вид профессиональной деятельности не освоен».

2. Комплект материалов для оценки сформированности общих и профессиональных компетенций по виду профессиональной деятельности

2.1. Комплект материалов для оценки сформированности общих и профессиональных компетенций по виду профессиональной деятельности с использованием практических заданий

Инструкция для кандидата по процедуре оценки итоговых образовательных результатов по профессиональному модулю

1. Прибыв на экзамен, зарегистрируйтесь у секретаря аттестационно-квалификационной комиссии и получите «Экзаменационный пакет кандидата».
2. Пройдите инструктаж по технике безопасности и распишитесь в соответствующем журнале учёта.
3. Пройдите в указанное место для выполнения практических заданий.
4. Изучите содержание «Экзаменационного пакета кандидата».
5. Выполните комплексное практическое задание в установленное время (указано в условиях выполнения задания), соблюдая правила охраны труда и установленный порядок ведения работ.
6. Во время выполнения задания Вам предоставляется возможность получить консультации у членов аттестационно-квалификационной комиссии по следующим вопросам:

- неисправность или некомплектность предложенного оборудования, инструмента;
- некомплектность или отсутствие должного качества расходных материалов;
- необходимость посещения туалетной комнаты;
- необходимость сделать срочный телефонный звонок;
- ухудшение самочувствия.

7. По завершению каждого практического задания отчитайтесь членам аттестационно-квалификационной комиссии (сдайте работу на экспертизу).

8. Приведите в порядок рабочее место.

КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ

«Отлично»	Уровень освоения содержания и сформированность профессиональных компетенций по профессиональному модулю соответствуют требованиям ФГОС, самостоятельная работа обучающегося выполнена в полном объёме в целом на отличном уровне, результаты учебной и производственной практики оценены на «хорошо» и «отлично»
«Хорошо»	Уровень освоения содержания и сформированность профессиональных компетенций по профессиональному модулю соответствуют требованиям ФГОС, самостоятельная работа обучающегося выполнена в полном объёме в целом на хорошем уровне, результаты учебной и производственной практики оценены на «хорошо» и «удовлетворительно»
«Удовлетворительно»	Уровень освоения содержания и сформированность профессиональных компетенций по профессиональному модулю соответствуют требованиям ФГОС, самостоятельная работа обучающегося выполнена в полном объёме на удовлетворительном уровне, результаты учебной и производственной практики оценены на «удовлетворительно»
«Неудовлетворительно»	Уровень освоения содержания и продемонстрированные умения не соответствуют требованиям ФГОС, самостоятельная работа обучающегося не выполнена в полном объёме или выполнена не полностью на удовлетворительном уровне, результаты учебной и производственной практики в целом оценены на неудовлетворительно.

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЕ БИЛЕТЫ

Билет 1

1. Характеристика и классификация рекламы.
2. На рекламе сигарет Ява была изображена Мерилин Монро в возрасте 16 лет. Реклама была запрещена ФАС. Какие требования ФЗ «О рекламе» были нарушены? Может ли рекламная компания обжаловать действия ФАС и на каком основании?

Билет 2

1. Социально-психологические основы рекламы
2. Проанализируйте 3 рекламных сообщения и выявите соответствие их установленным ФЗ требованиям.

Билет 3

1. Правовое регулирование рекламной деятельности.
2. Соберите и проанализируйте информацию о рекламных сообщениях фирм-производителей кондитерских изделий и товаров конкурентов. На основании этого разработайте рекламное сообщение на новый товар.

Билет 4

1. Рынок рекламы и его участники.

2. Сравните разные средства и технологии с позиций их эффективности с учетом стоимости рекламного контакта и обоснуйте их выбор.

Билет 5

1. Организация деловых коммуникаций на рынке рекламы
2. Подготовить макет печатной рекламы для салона красоты. ограниченный рекламный бюджет и предлагает клиентам (по выбору): новый вид прохладительного напитка из натурального сырья; образовательные услуги в области менеджмента и маркетинга; компьютерную технику; услуги сотовой связи.

Билет 6

1. Рекламные средства и средства распространения рекламы.
2. Коммерческая организация разместила свое фирменное наименование на английском языке на светодиодном щите, установленном на крыше здания. Антимонопольный орган признал рекламу предприятия ненадлежащей, т.к. в ней нарушены требования Федерального закона «О рекламе» и выдал предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации «О рекламе». Рекламодатель обратился в арбитражный суд с иском о признании недействительными решения и предписания антимонопольного органа. В обосновании своих требований истец указал, что на основании Устава имеется два фирменных наименования: на русском и на английском языках, поэтому использование им наименования на английском языке правомерно, тем более, что иной информации на иностранном языке он не размещал. Вопрос: Какое решение должен принять суд?

Билет 7

1. Решение ситуационных задач в области нарушения рекламного законодательства.
2. Дайте правовую оценку следующим рекламным обращениям, аргументировав и обосновав их ссылками на законодательство.
Всемирно известный экстрасенс.... проводит сеансы лечения всех болезней по следующему адресу....
Бесконечны возможности нашего компьютера.
Лучшие разработчики страны старались для Вас.
Только у нас можно..... (указана услуга, которая предлагается многими компаниями).
Только в психотерапевтическом кооперативе (название) Вы можете получить квалифицированную помощь гипнологов, сексопатологов, психотерапевтов **ИНДИВИДУАЛЬНО**.
Обращаясь к нам, Вы помогаете неимущим.
В рекламе крупно написано: «МЕТОД КАСЬЯНА»; «МЕТОД ДОВЖЕНКО»
«.....компьютеры (название марки) самые дешевые в стране, а по надежности значительно превосходят зарубежные аналоги....»
Молодежный центр (название) предлагает интенсивный курс иностранных языков: «25 занятий и Вы свободно говорите на английском, французском, немецком языках».
АБСОЛЮТНЫЙ УСПЕХ во всех видах предпринимательской деятельности **ГАРАНТИРУЕТ** своим слушателям (название института повышения квалификации).
В газете (название) была размещена реклама с информацией о подписке на эту газету. В данной рекламе содержалось изображение четырех девочек в возрасте примерно десяти лет. Визуальные образы детей использовались в объявлении для привлечения внимания потребителей.
Руководствуясь законом «О рекламе» антимонопольный орган признал указанную рекламу ненадлежащей.
Рекламодатель не согласился с решением антимонопольного органа и обратился в арбитражный суд. По мнению истца, газета является изданием также и для

несовершеннолетних, т.к. в еженедельнике регулярно печатается детская рубрика, которая пользуется большой популярностью у детей школьного и дошкольного возраста. В обоснование своего требования истец также указал, что газета предназначена для семейного чтения, а в законодательстве Российской Федерации отсутствуют указания о соотношении информации для совершеннолетних и несовершеннолетних, при которых газета признавалась бы не предназначенной непосредственно для несовершеннолетних.

Сформулируйте решения антимонопольного органа, суда по данному делу, подготовьте пакет сопровождающих спор документов со стороны лиц, участвующих в деле.

Билет 8

1. Составление брифа на рекламу.

2. В наружной рекламе обоев использовались образы детей в возрасте пяти-семи лет. Учитывая, что обои не являются товаром, непосредственно предназначенным для несовершеннолетних, руководствуясь законом «О рекламе» антимонопольный орган признал указанную рекламу обоев ненадлежащей.

Считая решение и постановление антимонопольного органа о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе незаконными и необоснованными некоммерческая организация, распространившая рекламу, указала, что в спорной рекламе речь идет о коллекции обоев, специально разработанной для использования в детских игровых комнатах и спальнях. Кроме того, в законодательстве отсутствует перечень товаров для детей, в рекламе которых допускается использование образов несовершеннолетних.

Сформулируйте решения антимонопольного органа, суда по данному делу, подготовьте пакет сопровождающих спор документов со стороны лиц, участвующих в деле.

Билет 9

1. Оформление договорной и финансовой документации при работе с заказчиком

2. Согласно результатам классического рекламного исследования, «волшебными словами» любого рекламного материала являются:

новый;

сегодня;

уникальный;

наконец-то;

бесплатно;

удивительный;

прорыв;

быстрый;

распродажа;

простой;

особый;

впервые.

Разработайте по два синонима к каждому «волшебному слову».

Билет 10

1. Рекламная информация. Рекламная коммуникационная система. Классификация рекламных агентств. Содержание рекламной информации. Основы разработки рекламных текстов.

2. Когда рекламодатель принимает решение о содержании рекламного обращения, он должен определить, какой тип обращения произведет желаемый эффект на контактную аудиторию.

Приведите примеры и проанализируйте рекламу в средствах массовой информации содержащую, рациональные, эмоциональные и моральные призывы, при этом в рекламируемых товарах или услугах должны выделять следующие свойства:

качество;
экономичность;
эффективность;
страх;
вина;
юмор;
ирония;
гордость;
сочувствие.

Билет 11

1. Рекламная деятельность. Структура BTL- агентств. Классификация POS-материалов. Проведение промо-акций.

2. Рассмотрите 5 рекламных объявлений с участием известных актеров, спортсменов, врачей.

Объясните, что привлекло рекламодателей к каждой знаменитости (компетентность, достоверность, привлекательность) или что-то другое?

Насколько такая реклама убедительна и почему?

Как вы считаете, на какую целевую аудиторию направлена реклама каждого из рассматриваемых вами товаров или услуг?

Билет 12

1. Сопровождение рекламного заказа.

2. Объясните, какой вид призыва наиболее эффективно использовать при рекламировании следующих товаров или услуг:

бумажные салфетки;
выбор депутата Государственной Думы;
хлеб;
антиникотиновая программа;
программа защиты редких животных.

Какой вид рекламы вы выберете для этих товаров или услуг?

Создайте рекламный призыв для каждого товара или услуги.

Билет 13

1. Брендинг. понятие «бренд», «брендинг». Виды брендинга, правила и этапы создания бренда. Технологии и способы создания бренда.

2. Крупная фирма, производящая кофе рассматривает возможность выхода своих марок кофе на рынки южных стран.

Маркетинговые исследования показали, что значительная часть населения этих стран сосредоточена в крупных перенасыщенных транспортом городах и испытывает постоянные стрессы. Температура воздуха в южных странах достигает до 40 градусов жары.

Принимая во внимание полученную информацию, попробуйте определить, насколько целесообразно использование в этих странах рекламы, в которой подчеркивается вкус кофе, его аромат и свойства, стимулирующие жизненную активность людей?

Предложите другие способы рекламы и создайте необходимое рекламное обращение.

Билет 14

1. Применение информационных технологий в рекламе. Рекламные исследования. Планирование и создание рекламной стратегии.

2. В городе открылся новый магазин «А» по продаже обуви для пожилых людей, где они могут купить качественную и удобную обувь по средней цене. Магазин стал сразу пользоваться популярностью у покупателей. Рекламный слоган магазина «Самая удобная обувь и только для Вас».

Но недавно открылся аналогичный, конкурирующий магазин «Б» с рекламным слоганом «Дешево и удобно и только у нас». В связи с этим в магазине «А» резко упали продажи обуви.

Какую рекламную стратегию лучше выбрать магазину «А» и почему?

Создайте эффективную систему массовой коммуникации для магазина «А» и обоснуйте ее выбор.

Билет 15

1. Программное обеспечение информационных технологий. прикладное программное обеспечение. Методоориентированное прикладное программное обеспечение. проблемно-ориентированное программное обеспечение. Программное обеспечение для глобальных сетей.

2. Фирма по выпуску джинсовой одежды разработала новую ассортиментную линию джинсовых костюмов, предназначенных для молодых, самостоятельных, деловых людей, которые покупают одежду в специализированных магазинах.

Проведенные маркетинговые исследования показали, что мужчин, которые покупают одежду этой фирмы можно разделить на 5 групп:

сторонники универсального потребления (приверженцы торговой марки, носят джинсы и на работе и дома);

сторонники традиционного потребления (следят за тенденциями моды, ведут ночной образ жизни);

покупатели, ориентирующиеся на цену (предпочитают покупать товар со скидкой);

приверженцы традиций (потребитель в возрасте старше 45 лет, совершает покупки в сопровождении жены);

сторонники классической моды и независимого образа жизни (любят делать покупки самостоятельно и в специализированных магазинах).

Выберите и обоснуйте рекламную стратегию.

Разработайте рекламный слоган для каждой категории.

Выберите оптимальные каналы распространения рекламы.

Предложите дополнительные мероприятия по рекламе для каждой категории клиентов.

Билет 16

1. Основы компьютерной графики. Понятие, задачи и область применения компьютерной графики. Область применения компьютерной графики.

2. Назовите несколько наименований конкретных товаров каждой из перечисленных ниже категорий:

сухие завтраки;

зубная паста;

туалетное мыло;

минеральная вода.

Укажите марку товара, продажный размер, производителя, стратегию сегментирования и позиционирования относительно ближайших конкурентов?

Скажите, почему выбран именно такой сегмент рынка для каждого товара?

Как такой выбор отражается на упаковке товара и в основной рекламной кампании?

Билет 17

1. Характеристика и классификация рекламы.
2. Проанализируйте 3 рекламных сообщения и выявите соответствие их установленным ФЗ требованиям.

Билет 18

1. Правовое регулирование рекламной деятельности.
2. Сравните разные средства и технологии с позиций их эффективности с учетом стоимости рекламного контакта и обоснуйте их выбор.

Билет 19

1. Организация деловых коммуникаций на рынке рекламы
2. Составьте договор, исходя из следующих согласованных сторонами условий.
Заказчик желает напечатать листовку формата А4, 4+4, на бумаге 115 г/м.кв., тиражом 1000 экземпляров, методом офсета. Макет должен сделать исполнитель. Работа выполняется по этапам.
Внесите сторонам предложение о стоимости работ и порядке расчетов; порядке сдачи-приемки работ; ответственности сторон; форс-мажорных обстоятельствах; прочих условиях договора, сроке его действия и юридических адресах сторон.
Подготовьте Акт сдачи-приемки работ, другие документы, сопровождающие заключение и исполнение договора.
Дайте юридическую характеристику договорным отношениям.

Билет 20

1. Оформление договорной и финансовой документации при работе с заказчиком
2. Когда рекламодатель принимает решение о содержании рекламного обращения, он должен определить, какой тип обращения произведет желаемый эффект на контактную аудиторию.
Приведите примеры и проанализируйте рекламу в средствах массовой информации содержащую, рациональные, эмоциональные и моральные призывы, при этом в рекламируемых товарах или услугах должны выделять следующие свойства:
качество;
экономичность;
эффективность;
страх;
вина;
юмор;
ирония;
гордость;
сочувствие.

Билет 21

1. Рекламная деятельность. Структура BTL- агентств. Классификация POS-материалов. Проведение промо-акций.
2. Крупная фирма, производящая кофе рассматривает возможность выхода своих марок кофе на рынки южных стран.
Маркетинговые исследования показали, что значительная часть населения этих стран сосредоточена в крупных перенасыщенных транспортом городах и испытывает постоянные стрессы. Температура воздуха в южных странах достигает до 40 градусов жары.

Принимая во внимание полученную информацию, попробуйте определить, насколько целесообразно использование в этих странах рекламы, в которой подчеркивается вкус кофе, его аромат и свойства, стимулирующие жизненную активность людей?

Предложите другие способы рекламы и создайте необходимое рекламное обращение

Билет 22

1. Основы компьютерной графики. Понятие, задачи и область применения компьютерной графики. Область применения компьютерной графики.

2. В городе открылся новый магазин «А» по продаже обуви для пожилых людей, где они могут купить качественную и удобную обувь по средней цене. Магазин стал сразу пользоваться популярностью у покупателей. Рекламный слоган магазина «Самая удобная обувь и только для Вас».

Но недавно открылся аналогичный, конкурирующий магазин «Б» с рекламным слоганом «Дешево и удобно и только у нас». В связи с этим в магазине «А» резко упали продажи обуви.

Какую рекламную стратегию лучше выбрать магазину «А» и почему?

Создайте эффективную систему массовой коммуникации для магазина «А» и обоснуйте ее выбор.

Билет 23

1. Рекламная деятельность. Структура BTL- агентств. Классификация POS-материалов. Проведение промо-акций.

2. В наружной рекламе обоев использовались образы детей в возрасте пяти-семи лет. Учитывая, что обои не являются товаром, непосредственно предназначенным для несовершеннолетних, руководствуясь законом «О рекламе» антимонопольный орган признал указанную рекламу обоев ненадлежащей.

Считая решение и постановление антимонопольного органа о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе незаконными и необоснованными некоммерческая организация, распространившая рекламу, указала, что в спорной рекламе речь идет о коллекции обоев, специально разработанной для использования в детских игровых комнатах и спальнях. Кроме того, в законодательстве отсутствует перечень товаров для детей, в рекламе которых допускается использование образов несовершеннолетних.

Сформулируйте решения антимонопольного органа, суда по данному делу, подготовьте пакет сопровождающих спор документов со стороны лиц, участвующих в деле.

Билет 24

1. Правовое регулирование рекламной деятельности.

2. Крупная фирма, производящая кофе рассматривает возможность выхода своих марок кофе на рынки южных стран.

Маркетинговые исследования показали, что значительная часть населения этих стран сосредоточена в крупных перенасыщенных транспортом городах и испытывает постоянные стрессы. Температура воздуха в южных странах достигает до 40 градусов жары.

Принимая во внимание полученную информацию, попробуйте определить, насколько целесообразно использование в этих странах рекламы, в которой подчеркивается вкус кофе, его аромат и свойства, стимулирующие жизненную активность людей?

Предложите другие способы рекламы и создайте необходимое рекламное обращение.

Билет 25

1. Сопровождение рекламного заказа.

2. Фирма по выпуску джинсовой одежды разработала новую ассортиментную линию джинсовых костюмов, предназначенных для молодых, самостоятельных, деловых людей, которые покупают одежду в специализированных магазинах.

Проведенные маркетинговые исследования показали, что мужчин, которые покупают одежду этой фирмы можно разделить на 5 групп:

сторонники универсального потребления (приверженцы торговой марки, носят джинсы и на работе и дома);

сторонники традиционного потребления (следят за тенденциями моды, ведут ночной образ жизни);

покупатели, ориентирующиеся на цену (предпочитают покупать товар со скидкой);

приверженцы традиций (потребитель в возрасте старше 45 лет, совершает покупки в сопровождении жены);

сторонники классической моды и независимого образа жизни (любят делать покупки самостоятельно и в специализированных магазинах).

Выберите и обоснуйте рекламную стратегию.

Разработайте рекламный слоган для каждой категории.

Выберите оптимальные каналы распространения рекламы.

Предложите дополнительные мероприятия по рекламе для каждой категории клиентов.

2.2. Комплект материалов для оценки сформированности общих и профессиональных компетенций по виду профессиональной деятельности с использованием портфолио

Тип портфолио: портфолио смешанного типа (портфолио документов, портфолио достижений, рефлексивный портфолио).

Портфолио по модулю ПМ.05 – это пакет документов, подтверждающих успешность выполнения заданий, а также самоанализ результатов учебной деятельности, отзывы иных лиц и результаты деятельности студента в процессе освоения модуля, которые характеризуют качество освоения вида профессиональной деятельности. Каждый документ, помещенный в портфолио, содержит краткий рефлексивный комментарий студента.

Задача портфолио – представить достоверные свидетельства оценки имеющихся результатов обучения и продемонстрировать те компетенции, которые следует оценить в процессе защиты.

Проверяемые результаты обучения (в процессе защиты портфолио):

ДПК. 5.1. Осуществлять деятельность по поиску и привлечению клиентов.

ДПК. 5.2. Осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг.

ДПК. 5.3. Оформлять договорную и финансовую документацию при работе с заказчиком.

ДПК. 5.4. Опирайтесь в работе на правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию услуг.

ДПК. 5.5. Вести переговоры с заказчиками.

ДПК. 5.6. Использовать офисную оргтехнику, информационные и коммуникационные технологии при получении и оформлении заказа.

ДПК. 5.7. Контакттировать с производителями рекламы по вопросам производства рекламного продукта.

ДПК. 5.8. Работать в рекламных акциях в качестве исполнителя.

ДПК. 5.9. Контакттировать со средствами массовой информации по вопросам размещения рекламы.

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

Основные требования

Требования к структуре и оформлению портфолио:

Портфолио по модулю ПМ.05 – это комплекс документов, содержащих свидетельства о качестве освоения студентом профессиональных и общих компетенций в соответствии с проверяемыми показателями, представленными в таблицах 1.1.1., 1.1.2, 1.1.3 показателей, а также разработанных студентом материалов (документов) в процессе освоения модуля.

Портфолио студента включает 4 раздела:

«Портрет» - информация об авторе портфолио;

«Коллектор» - содержит материалы, авторство которых не принадлежит студенту в рамках освоения данной компетенции;

«Рабочие материалы» - все материалы, созданные и систематизированные студентом в рамках освоения данной компетенции;

«Достижения» - демонстрирует успехи, лучшие результаты, которые могут быть представлены благодарственными письмами, отзывами, рецензиями или же быть занесены как лучшие работы по освоению данной ПК самим студентом.

Документы представляются экзаменационной комиссии на бумажных носителях (папка «Портфолио по модулю ПМ.01. Разработка и создание дизайна рекламной продукции) и в виде электронной базы материалов, разработанных студентом, в соответствии со списком материалов к портфолио.

Папка «Портфолио» по модулю ПМ.05. Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих 20032:

- титульный лист, сообщающий сведения об авторе, образовательной организации и сроках работы над портфолио;

- сопроводительное письмо автора с описанием цели, предназначения и краткого описания портфолио;

- аннотированное содержание (оглавление) с перечислением основных элементов портфолио,

- Квалификационные требования;

- Инструкция по технике безопасности при работе с оргтехникой;

- Договорная и финансовая документация при работе с заказчиком;

Авторские работы:

- авторские тексты рекламных сообщений;

- скетчи упаковок продукции известных брендов;

- отработка художественных средств и техник;

- разработка графического образа упаковки;

- клаузуры на использование нетрадиционных методов в рекламе;
- знаки визуальной коммуникации;
- разработка полиграфической рекламы;
- разработка наружной рекламы;
- разработка объемно-пространственной рекламы;
- выполнение проекта входных рекламных групп;
- выполнение проекта рекламного продукта на планшете;
- демонстрационный макет объекта проектирования в материале
- создание эффективного рекламного продукта;
- оценивание эффективности рекламного продукта по критериям;
- дневник практики (характеристика организации, режим работы организации, план практики, оценка деятельности студента-практиканта руководителем практики, оценка деятельности студента-практиканта руководителем организации); сбор документального и иллюстративного материала;
 - документы (материалы) и свидетельства о качестве освоения элементов модуля (профессиональных компетенций) в соответствии с содержанием,
 - самоанализ и прогноз или план на будущее
 - Список специальной и методической литературы, интернет-источников;
 - Краткий словарь терминов;
 - Приложение: Диск с презентацией портфолио

Требования к структуре портфолио по ПМ 05.

Коды и наименования проверяемых компетенций или их сочетаний	Показатели оценки результата	Документы, подтверждающие освоение ПК	Оценка (да / нет)
ДПК 5.1. Осуществлять деятельность по поиску и привлечению клиентов.	Осуществление деятельности по поиску и привлечению клиентов	«Рабочие материалы»: Презентации «Достижения»: отзывы руководителей практики,	
ДПК 5.2. Осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг.	Осуществление в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг	«Коллектор»: рекламные продукты, представленные на производственной практике; «Рабочие материалы»: Наружная реклама, реклама в Интернете, реклама в полиграфии «Достижения»: отзывы руководителей практики, благодарности	
ДПК 5.3. Оформлять договорную и финансовую документацию при работе с заказчиком.	Оформление договорной и финансовой документации при работе с заказчиком	«Рабочие материалы»: Наружная реклама, реклама в Интернете, реклама в полиграфии, рекламная фотография, видеореклама, имеджевая реклама «Достижения»: отзывы руководителей практики, благодарности, сертификаты	
ДПК 5.4. Опирается в работе на правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию	Использование при работе нормативно-правовые акты, регулирующие	«Коллектор»: отчеты, рекламные продукты, объявления представленные на производственной практике;	

услуг.	взаимоотношения по оказанию услуг	«Рабочие материалы»: Презентации, рекламные объявления, видеоматериалы «Достижения»: отзывы руководителей практики, благодарности, сертификаты	
ДПК 5.5. Вести переговоры с заказчиками	Ведение переговоров с заказчиками	«Рабочие материалы»: Наружная реклама, реклама в Интернете, реклама в полиграфии, рекламная фотография, видеореклама, имеджевая реклама «Достижения»: отзывы руководителей практик	
ДПК 5.6. Использовать офисную оргтехнику, информационные и коммуникационные технологии при получении и оформлении заказа.	Использование офисной оргтехники, информационных и коммуникационных технологий при получении и оформлении заказа	Программа саморазвития, самоанализ	
ДПК 5.7. Контакттировать с производителями рекламы по вопросам производства рекламного продукта.	Взаимодействие с производителями рекламы по вопросам производства рекламного продукта	Анализы, рабочие программы	
ДПК 5.8. Работать в рекламных акциях в качестве исполнителя	Работа в рекламных акциях в качестве исполнителя	Разработка по итогам проектной и исследовательской деятельности	
ДПК 5.9. Контакттировать со средствами массовой информации по вопросам размещения рекламы.	Взаимодействие со средствами массовой информации по вопросам размещения рекламы	Анализы, рабочие программы	
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	- демонстрация интереса к будущей профессии. - активность посещения - занятий, производственной практики; - активность участия в профессиональных конкурсах, семинарах, других мероприятиях на различном уровне.	Электронный вариант презентации, портфолио	
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	- обоснование постановки цели, выбора и применения методов и способов решения профессиональных задач в области исследования рынка рекламных услуг; - демонстрация аргументированности выбора разработки рекламных продуктов; - демонстрация умения рационального распределение времени на все этапы работы, - демонстрация умения самостоятельно обнаруживать допущенные ошибки, своевременность	Электронный вариант презентации, портфолио	

	коррекции деятельности на основе результатов самооценки;		
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	демонстрация способности принятия решений стандартных и нестандартных профессиональных задач в области разработки рекламных продуктов; -демонстрация способности анализировать возможные варианты и обоснования их выбора	Отзывы, характеристика	
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	демонстрация навыков нахождения и использование информации для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Отзывы, характеристика	
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	- демонстрация навыков использования информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	Электронный вариант презентации, портфолио	
ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	-самоанализ и коррекция результатов собственной работы -демонстрация способности взаимодействие с обучающимися, преподавателями в ходе обучения; -адекватная оценка собственной деятельности внутри коллектива.	Отзывы, характеристика	
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	- проявление ответственности за выполненную свою работу; - демонстрация умения организовывать себя и подчиненных брать ответственность за результат выполнения заданий.	Рекламный продукт, самоанализ деятельности	
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	-своевременность, качество и полнота выполнения внеаудиторной самостоятельной работы – планирование обучающимся повышения личностного и квалификационного уровня. -соблюдение норм и правил	Самоанализ, программа саморазвития	

	принятых в коллективе; -выполнение обязанностей принятых уставом колледжа.		
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	-поиск инноваций в рекламной деятельности; проявление интереса к инновациям в области профессиональной деятельности.	Самоанализ, программа саморазвития	
ОК 10 Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.	- демонстрация навыков владения основами предпринимательской деятельности в проф.сфере	Самоанализ, программа саморазвития	
ОК 11 Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.	демонстрация навыков обладание экологической, информационной и коммуникативной культурой	Характеристика на студента	

Требования к презентации и защите портфолио:

Для проведения процедуры защиты портфолио студент готовит презентацию в электронном виде, где последовательно представляет результаты освоения модуля по каждой профессиональной компетенции.

Так как сформированность всех профессиональных компетенций была оценена в процессе производственной практики, то студент кратко описывает процесс выполнения заданий и последовательно демонстрирует на слайдах портфолио, при этом дает подробные комментарии выполнения работ в рамках каждой ПК.

Процедура защиты портфолио

Студент входит в учебную аудиторию и называет фамилию. Преподаватель дает краткую характеристику данному студенту по степени освоения МДК модуля, затем руководитель практики дает характеристику освоения программы практики. После этого студент демонстрирует освоение всех ПК посредством комментирования и демонстрации презентации своего портфолио.

В этот период квалификационная комиссия просматривает настоящее портфолио студента, проверяет подготовленные документы: оценочный лист МДК ПМ, оценочный лист учебной практики ПМ, оценочный лист портфолио, аттестационный лист по производственной практике, итоговую ведомость оценки ПМ. Комиссия может задать устные вопросы по изучаемому профессиональному модулю для уточнения степени освоения ПК данного модуля.

После защиты портфолио студент выходит из аудитории, комиссия принимает решение и дает заключение «данный ПМ освоен / не освоен» заполняет итоговую ведомость оценки ПМ, оценочный лист профессионального модуля.

Показатели оценки презентации и защиты портфолио

Коды и наименования проверяемых компетенций или их сочетаний	Показатели оценки результата	Оценка (да / нет)
ДПК 5.1. Осуществлять деятельность по поиску и привлечению клиентов.	Осуществление деятельности по поиску и привлечению клиентов	
ДПК 5.2. Осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг.	Осуществление в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг	
ДПК 5.3. Оформлять договорную и финансовую документацию при работе с заказчиком.	Оформление договорной и финансовой документации при работе с заказчиком	
ДПК 5.4. Опирайтесь в работе на правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию услуг.	Использование при работе нормативно-правовые акты, регулирующие взаимоотношения по оказанию услуг	
ДПК 5.5. Вести переговоры с заказчиками	Ведение переговоров с заказчиками	
ДПК 5.6. Использовать офисную оргтехнику, информационные и коммуникационные технологии при получении и оформлении заказа.	Использование офисной оргтехники, информационных и коммуникационных технологий при получении и оформлении заказа	
ДПК 5.7. Контакттировать с производителями рекламы по вопросам производства рекламного продукта.	Взаимодействие с производителями рекламы по вопросам производства рекламного продукта	
ДПК 5.8. Работать в рекламных акциях в качестве исполнителя.	Работа в рекламных акциях в качестве исполнителя	
ДПК 5.9. Контакттировать со средствами массовой информации по вопросам размещения рекламы.	Взаимодействие со средствами массовой информации по вопросам размещения рекламы	
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	<ul style="list-style-type: none"> - демонстрация интереса к будущей профессии. - активность посещения -занятий, производственной практики; - активность участия в профессиональных конкурсах, семинарах , других мероприятиях на различном уровне. 	
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	<ul style="list-style-type: none"> - обоснование постановки цели, выбора и применения методов и способов решения профессиональных задач в области исследования рынка рекламных услуг; - демонстрация аргументированности выбора разработки рекламных продуктов; - демонстрация умения рационального распределение времени на все этапы работы, - демонстрация умения самостоятельно обнаруживать допущенные ошибки, своевременность коррекции деятельности на основе результатов самооценки; 	
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	<ul style="list-style-type: none"> - демонстрация способности принятия решений стандартных и нестандартных профессиональных задач в области разработки рекламных продуктов; - демонстрация способности анализировать возможные варианты и обоснования их 	

	выбора	
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	демонстрация навыков нахождения и использование информации для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	- демонстрация навыков использования информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	
ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	-самоанализ и коррекция результатов собственной работы -демонстрация способности взаимодействие с обучающимися, преподавателями в ходе обучения; -адекватная оценка собственной деятельности внутри коллектива.	
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	- проявление ответственности за выполненную свою работу; - демонстрация умения организовывать себя и подчиненных брать ответственность за результат выполнения заданий.	
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	-своевременность, качество и полнота выполнения внеаудиторной самостоятельной работы – планирование обучающимся повышения личностного и квалификационного уровня. -соблюдение норм и правил принятых в коллективе; -выполнение обязанностей принятых уставом колледжа.	
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	-поиск инноваций в рекламной деятельности; проявление интереса к инновациям в области профессиональной деятельности.	
ОК 10 Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.	- демонстрация навыков владения основами предпринимательской деятельности в проф.сфере	
ОК 11 Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.	демонстрация навыков обладание экологической, информационной и коммуникативной культурой	

3. Контроль приобретения практического опыта

Виды заданий на учебную и производственную практику выполняются в соответствии с таблицей 1.1.2.

В дневнике по производственной практике содержится таблица контроля:

Показатель	Критерий	Документ (свидетельствующий об освоении показателей)	Этап освоения модуля	Кем заверен	Оценка руководителей практики	
					колледж	База практики
ДПК 5.1.	Осуществлять деятельность по поиску и привлечению	Осуществление деятельности по поиску и	УП	Руководитель учебной		

	клиентов.	привлечению клиентов	ПП	практики, Внешний эксперт		
ДПК 5.2.	Осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг.	Осуществление в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг	УП ПП	Руководитель учебной практики, Внешний эксперт		
ДПК 5.3.	Оформлять договорную и финансовую документацию при работе с заказчиком.	Оформление договорной и финансовой документации при работе с заказчиком	ПП	Руководитель производственной практики, Внешний эксперт		
ДПК 5.4	Опирается в работе на правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию услуг.	Использование при работе нормативно-правовые акты, регулирующие взаимоотношения по оказанию услуг	УП	Руководитель производственной практики, Внешний эксперт		
ДПК 5.5.	Вести переговоры с заказчиками	Ведение переговоров с заказчиками	ПП	Руководитель производственной практики, Внешний эксперт		
ДПК 5.6.	Использовать офисную оргтехнику, информационные и коммуникационные технологии при получении и оформлении заказа.	Использование офисной оргтехники, информационных и коммуникационных технологий при получении и оформлении заказа	ПП	Руководитель практики,		
ДПК 5.7.	Контактировать с производителями рекламы по вопросам производства рекламного продукта.	Взаимодействие с производителями рекламы по вопросам производства рекламного продукта	УП	Руководитель практики,		
ДПК 5.8.	Работать в рекламных акциях в качестве исполнителя.	Работа в рекламных акциях в качестве исполнителя	УП,ПП	Руководитель практики,		
ДПК 5.9.	Контактировать со средствами массовой информации по вопросам размещения рекламы.	Взаимодействие со средствами массовой информации по вопросам размещения рекламы	ПП	Руководитель практики,		
ОК1.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	- демонстрация интереса к будущей профессии. - активность посещения занятий, производственной практики; -активность участия в профессиональных конкурсах, семинарах , других мероприятиях на различном уровне.	ПП	Руководитель практики,		

ОК 2.	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	-обоснование постановки цели, выбора и применения методов и способов решения профессиональных задач в области исследования рынка рекламных услуг; - демонстрация аргументированности выбора разработки рекламных продуктов; - демонстрация умения рационального распределение времени на все этапы работы, - демонстрация умения самостоятельно обнаруживать допущенные ошибки, своевременность коррекции деятельности на основе результатов самооценки;	Э	Руководитель производственной практики		
ОК 3.	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	-демонстрация способности принятия решений стандартных и нестандартных профессиональных задач в области разработки рекламных продуктов; -демонстрация способности анализировать возможные варианты и обоснования их выбора	УП	Руководитель производственной практики, Внешний эксперт		
ОК. 04	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личного развития.	демонстрация навыков нахождения и использование информации для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личного развития.	УП	Руководитель практики		
ОК. 05	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	- демонстрация навыков использования информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	ПП	Руководитель практики		
ОК.06	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	-самоанализ и коррекция результатов собственной работы -демонстрация способности взаимодействие с обучающимися, преподавателями в ходе обучения; -адекватная оценка собственной деятельности внутри коллектива.	УП	Руководитель практики		

ОК 07	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	- проявление ответственности за выполненную свою работу; - демонстрация умения организовывать себя и подчиненных брать ответственность за результат выполнения заданий.	ПП	Руководитель практики		
ОК 08	Самостоятельно определять задачи профессионального и личного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	-своевременность, качество и полнота выполнения внеаудиторной самостоятельной работы – планирование обучающимся повышения личного и квалификационного уровня. -соблюдение норм и правил принятых в коллективе; -выполнение обязанностей принятых уставом колледжа.	ПП	Руководитель практики		
ОК 09.	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	-поиск инноваций в рекламной деятельности; проявление интереса к инновациям в области профессиональной деятельности.	Э	Руководитель производственной практики,		
ОК10.	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.	- демонстрация навыков владения основами предпринимательской деятельности в проф.сфере	ПП	Руководитель практики		
ОК 11.	Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.	демонстрация навыков обладание экологической, информационной и коммуникативной культурой	ПП	Руководитель практики		

ПРИЛОЖЕНИЕ 1. Форма аттестационного листа по практике
(заполняется на каждого обучающегося)

АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ ПО ПРАКТИКЕ	
<p align="center">_____ , <i>ФИО</i></p> <p>обучающийся(ая) на _____ курсе по профессии НПО / специальности СПО</p> <p align="center">_____ , <i>код и наименование</i></p> <p>успешно прошел(ла) учебную / производственную практику по профессиональному модулю _____</p> <p align="center"><i>наименование профессионального модуля</i></p> <p>в объеме _____ часов с «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г. в организации _____</p> <p align="center">_____ , <i>наименование организации, юридический адрес</i></p>	
Виды и качество выполнения работ	
<p>Виды и объем работ, выполненных обучающимся во время практики</p>	<p>Качество выполнения работ в соответствии с технологией и (или) требованиями организации, в которой проходила практика</p>
<p>Характеристика учебной и профессиональной деятельности обучающегося во время учебной / производственной практики (дополнительно используются произвольные критерии по выбору ОУ)</p> <p>_____</p> <p>_____</p>	
<p>Дата «__» _____ 20__</p>	<p align="right">Подпись руководителя практики _____ / ФИО, должность Подпись ответственного лица организации (базы практики)</p>

_____ / ФИО, должность

ПРИЛОЖЕНИЕ 2. Оценочная ведомость по профессиональному модулю

ОЦЕНОЧНАЯ ВЕДОМОСТЬ ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ		
<i>код и наименование профессионального модуля</i>		
ФИО _____		
обучающийся на _____ курсе по профессии НПО / специальности СПО		
<i>код и наименование</i>		
освоил(а) программу профессионального модуля _____		
<i>наименование профессионального модуля</i>		
в объеме _____ час. с «__» _____ .20__ г. по «__» _____ .20__ г.		
Результаты промежуточной аттестации по элементам профессионального модуля (если предусмотрено учебным планом).		
Элементы модуля (код и наименование МДК, код практик)	Формы промежуточной аттестации	Оценка
МДК 0п.01 _____		
МДК 0п.0т _____		
УП		
ПП		
<p>Результаты выполнения и защиты курсового проекта (работы) (только для СПО, если предусмотрено учебным планом; если защита проекта входит в экзамен квалификационный – пункт переносится ниже).</p> <p>Тема « _____ »</p> <p>Оценка _____.</p>		
Итоги экзамена (квалификационного) по профессиональному модулю		
Коды проверяемых компетенций	Показатели оценки результата	Оценка (да / нет)
Дата ____ . ____ .20 ____		Подписи членов экзаменационной комиссии

Анкета для самооценки студента

№ п/п	Вопрос	Самооценка (+/-)
1	При изучении данного модуля я испытывал трудности, связанные с поиском необходимой информации	
2	При изучении данного модуля я испытывал трудности в осуществлении _____ _____	
3	При изучении данного модуля мне было интересно заниматься _____ _____	
4	Особенно сложным оказалось: – _____; _____; – _____; _____; – _____ _____	
5	В ходе изучения модуля я оказывал консультативную помощь своим сокурсникам по следующим вопросам: - _____ _____ _____ _____	
6	Я брал ответственность за качество выполненных мною работ _____ _____	
7	Для профессионального роста я планирую: _____ _____ _____	
8	Считаю, что с программой модуля справился в полном объеме.	
<p>Результаты своей деятельности оцениваю на « _____ »</p> <p>ФИО студента _____ / _____ « _____ » _____ 20__ г.</p> <p style="text-align: center;">Подпись _____ дата _____</p>		

ПОРТФОЛИО

студента _____

группы _____

**ПМ.03 МАРКЕТИНГОВОЕ И ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ РЕАЛИЗАЦИИ
РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА**

по специальности 42.02.01 Реклама

Преподаватель _____

Дата _____

Оценка _____