

АНО СПО «БИРСКООПТЕХНИКУМ»

**ОЦЕНКА ОСВОЕНИЯ ТЕОРЕТИЧЕСКОГО КУРСА
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ 03 МАРКЕТИНГОВОЕ И ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ
РЕАЛИЗАЦИИ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА**

Специальность: 42.02.01 Реклама

Оценка освоения теоретического курса профессионального модуля ПМ 03 МАРКЕТИНГОВОЕ И ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ РЕАЛИЗАЦИИ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА предназначены для закрепления теоретических знаний по программе профессионального ПМ 03 МАРКЕТИНГОВОЕ И ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ РЕАЛИЗАЦИИ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА составлены в соответствии с учебным планом и рабочей программой профессионального модуля по специальности (профессии) среднего профессионального образования 42.02.01 Реклама.

Организация-разработчик: АНО СПО «БИРСККООПТЕХНИКУМ»

Составитель: Попова Л.Ф.
Гайтанова Д.Д.

ОДОБРЕНО Методическим советом техникума
Протокол № 9 от «29» 06 2018 г.
Председатель Методсовета [подпись] /Лутфулина 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./

ВХОДНОЙ КОНТРОЛЬ

Тестовый контроль знаний

Условия выполнения:

- 1.внимательно прочитайте инструкцию к выполнению теста;
- 2.время выполнения 3 мин.
- 3.тестовые задания выполняются студентами индивидуально;
- 4.укажите фамилию, имя на листе бумаги.
- 5.задание: выбрать правильный ответ; дополни.

Критерии оценки:

оценка «отлично» выставляется студенту, если он дал 90-100% правильных ответов;
оценка «хорошо» - 70-80% правильных ответов;
оценка «удовлетворительно» - 50-60% правильных ответов;
оценка «неудовлетворительно» - менее 50 % правильных ответов.

МДК 03.01

1. Размещение текста рекламы в периодических печатных изданиях, не специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера, должно сопровождаться пометкой
 - а. внимание
 - б. реклама- верно
 - в. внимание, реклама
 - г. осторожно реклама
2. Размещение рекламы на транспортном средстве осуществляется на основании договора, заключаемого с _____ транспортного средства
 - а) собственником- верно
 - б) производителем
 - в) арендатором
 - г) водителем
3. Реклама алкогольной продукции с содержанием этилового спирта пять и более процентов объема готовой продукции разрешается только в _____
 - а) стационарных торговых объектах- верно
 - б) залах ожидания
 - в) эфире городских телеканалов
 - г) учебных заведениях
4. Использование транспортных средств в качестве передвижных рекламных конструкций
 - а. допускается- верно
 - б. не допускается
 - в) допускается только по междугородним маршрутам
5. Может ли размещаться реклама на транспортных средствах федеральной почтовой связи
 - а. да
 - б. нет- верно
 - в) может, если они не будут передвигаться по федеральным трассам
 - г) может только когда транспортное средство не в рейсе

ВХОДНОЙ КОНТРОЛЬ

МДК 03.02

1. По общему правилу срок давности назначения административного наказания составляет:

- а) два месяца со дня совершения (обнаружения) правонарушения;- верно
- б) один месяц со дня совершения (обнаружения) правонарушения;
- в) шесть месяцев со дня совершения, а для длящихся проступков – со дня их обнаружения
- г) все варианты возможны.

2. Срок, в течение которого лицо считается подвергнутым административному наказанию:

- а) до момента исполнения постановления о назначении административного наказания;
- б) один год с момента совершения (обнаружения) правонарушения;
- в) один год с момента вынесения постановления о назначении административного наказания;- верно
- г) один год с момента окончания исполнения постановления о назначении административного наказания.

3. Существует ли какой-либо срок давности приведения к исполнению постановления о назначении административного наказания:

- а) да, существует: один месяц;
- б) да, существует: шесть месяцев;
- в) да, существует: один год;- верно
- г) да, существует: три года;

4. К мерам административного принуждения относятся:

- а) меры административно-правового предостережения;
- б) меры административного пресечения;
- в) меры дисциплинарного взыскания- верно.
- г) все варианты верны

5. Применение физической силы, специальных средств, оружия относится к мерам:

- а) административного пресечения;- верно
- б) административного предупреждения;
- в) административной ответственности.
- г) все варианты верны

ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ

Тестовый контроль знаний

Условия выполнения:

- 1.внимательно прочитайте инструкцию к выполнению теста;
- 2.время выполнения 3 мин.
- 3.тестовые задания выполняются студентами индивидуально;
- 4.укажите фамилию, имя на листе бумаги.
- 5.задание: выбрать правильный ответ; дополни.

Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если он дал 90-100% правильных ответов;
- оценка «хорошо» - 70-80% правильных ответов;
- оценка «удовлетворительно» - 50-60% правильных ответов;
- оценка «неудовлетворительно» - менее 50 % правильных ответов.

МДК 02.01

Тема: Основные направления рекламной деятельности

1. В каком году в РФ впервые был принят Закон «О рекламе»?

- а) 1995
- б) 2001
- в) 2006- верно
- г) 2011

2. Назовите общие требования к рекламе

- а) должна быть добросовестной и достоверной
- б) не должна использоваться скрытая реклама
- в) не должна призывать к нарушению закона
- г) все варианты верны- верно

3. Основной Закон РФ

- а) Гражданский РФ
- б) Конституция РФ- верно
- в) Уголовный кодекс РФ
- г) Свод мировых практик

4. Акты международной торговой палаты относятся к источникам рекламного права _____ порядка

- а) международного- верно
- б) национального
- в) высшего
- г) интернационального

5. Саморегулирование относится к _____ факторам, воздействующим на рекламу

- а) государственным
- б) негосударственным
- в) коммерческим- верно
- г) социальным

6. Первый орган саморегулирования в России, созданный физическими лицами

- а) Международная торговая палата
- б) Федеральная антимонопольная служба
- в) Общественный совет по рекламе- верно
- г) Мировые судьи

7. Рекламодатель – это.....

- а) лицо, осуществляющее распространение рекламы
- б) изготовитель или продавец товара
- в) лицо, осуществляющее приведение информации в готовую для распространения форму
- г) лицо, осуществляющее финансирование рекламной кампании- верно

8. ФЗ «О рекламе» не распространяется на _____ рекламу:

- а) коммерческую
- б) социальную
- в) политическую- верно
- г) скрытую

9. Недостоверной признается реклама, которая

- а) содержит не соответствующие действительности сведения- верно
- б) порочит честь, достоинство или деловую репутацию
- в) призывает к насилию или жестокости
- г) рекламирует запрещенные товары

10. В целях защиты несовершеннолетних не допускается:

- а) обращение к ним в рекламе- верно
- б) демонстрация их образа в рекламе
- в) формирование комплекса неполноценности, связанное с их внешней непривлекательностью
- г) демонстрация товара для несовершеннолетних

11. «Бегущая строка» не должна занимать более:

- а) 10% площади кадра
- б) 7% площади кадра- верно
- в) 15% площади кадра
- г) 50% кадра

12. Нельзя прерывать рекламой программы, идущие менее:

- а) 20 минут
- б) 15 минут- верно
- в) 10 минут
- г) 30 минут

13. Общая продолжительность рекламы в программе, не должна превышать _____ времени вещания в течение часа

- а) 20%
- б) 40%
- в) 15% - верно
- г) 50%

14. Объем рекламы в неспециализированных печатных изданиях должен составлять не более _____ объема одного номера

- а) 20%
- б) 40%
- в) 15%
- г) 40%- верно

15. Размещение рекламной конструкции должно соответствовать требованиям

- а) технического регламента- верно
- б) ФЗ «О рекламе»
- в) кодекса рекламы города
- г) брифа

16. Могут ли прерывать рекламой спортивные соревнования

- а) нет
- б) только рекламой спонсора
- в) только в перерывах или остановки соревнования- верно
- г) можно, без ограничений

17. Кто выдает разрешение на размещение рекламной конструкции

- а) Федеральная антимонопольная служба
- б) органы местного самоуправления- верно
- в) председатель Правительства субъекта РФ
- г) рекламоделец

18. На каких транспортных средствах запрещена реклама

- а) МЧС, скорая помощь, пожарная служба- верно
- б) МЧС, городской транспорт, перевозка опасных грузов
- в) перевозящих людей
- г) на любых транспортных средствах

19. Решение об отказе в выдаче разрешения на установку рекламной конструкции может быть мотивировано тем, что она:

- а) содержит образы людей и животных
- б) содержит слишком крупный шрифт
- в) нарушает требования по безопасности движения транспорта- верно
- г) располагаются вблизи компаний-конкурентов

20. В радиопрограммах не допускается прерывать рекламой:

- а) религиозные передачи
- б) политические передачи- верно
- в) музыкальные передачи
- г) можно прерывать все виды передач

21. В каком году в Российской Федерации была принята Конституция РФ

- а. 1993- верно
- б. 1995
- в. 2000
- г. 1992

22. Размещение текста рекламы в периодических печатных изданиях, не специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера, должно сопровождаться пометкой

- а. внимание
- б. реклама- верно
- в. внимание, реклама
- г. осторожно реклама

23. Размещение рекламы на транспортном средстве осуществляется на основании договора, заключаемого с _____ транспортного средства

- а) собственником- верно
- б) производителем
- в) арендатором
- г) водителем

24. Реклама алкогольной продукции с содержанием этилового спирта пять и более процентов объема готовой продукции разрешается только

- в _____
- а) стационарных торговых объектах- верно
- б) залах ожидания
- в) эфире городских телеканалов

г) учебных заведениях

25. Использование транспортных средств в качестве передвижных рекламных конструкций

- а. допускается- верно
- б. не допускается
- в) допускается только по междугородним маршрутам

26. Может ли размещаться реклама на транспортных средствах федеральной почтовой связи

- а. да
- б. нет- верно
- в) может, если они не будут передвигаться по федеральным трассам
- г) может только когда транспортное средство не в рейсе

27. В целях защиты несовершеннолетних в рекламе не допускают дискредитации

- а) родителей- верно
- б) правительства
- в) детей
- г) животных

28. Реклама алкогольной продукции в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о

- а) минимальном количестве промилле в употреблении
- б) вреде ее чрезмерного потребления- верно
- в) наркологическом факторе
- г) цене товара

29. Реклама лекарственных средств, содержащих наркотические вещества

- а) допускается
- б) не допускается
- в) допускается с ограничениями- верно
- г) допускается в местах продажи

30. Реклама гражданского оружия, в том числе оружия самообороны, спортивного, охотничьего и сигнального оружия, допускается в теле- и радиопрограммах

- а) без ограничения времени
- б) с 7 часов до 18 часов
- в) с 22 часов до 7 часов- верно
- г) с 00 часов до 6 часов

Тема 1.1: Основы гражданского права

1. Перечень организационно-правовых форм коммерческих организаций:

- а) определен в ГК РФ- верно
- б) определен в ГК РФ и в иных законах
- в) определен в законе «О коммерческих организациях»
- г) не определен

2. Фирменное наименование, включающее указание на организационно-правовую форму, должны иметь все:

- а) только коммерческие организации;
- б) только некоммерческие организации;

- в) коммерческие и некоммерческие организации, занимающиеся предпринимательской деятельностью- верно
- г) все рекламируемые субъекты

3. Можно ли утверждать, что все коммерческие организации имеют общую правоспособность, если иное не определено учредительными документами?

- а) да- верно
- б) нет
- в) можно только в определенных субъектах РФ
- г) можно только в сфере общественного питания

4. Кто может стать учредителем и собственником компании в организационно-правовой форме индивидуального частного предприятия?

- а) лицо, зарегистрированное как предприниматель
- б) государство
- в) никто- верно
- г) только коммерческая организация.

5. Могут ли учредители юридического лица наделить его специальной правоспособностью:

- а) могут- верно
- б) не могут, так как сделки направленные на ограничение правоспособности, недействительны.
- в) могут только на ближайшие пол- года
- г) могут только на ближайший год

6. Правовой статус полного товарищества определяется его:

- а) положением;
- б) уставом;
- в) уставом и учредительным договором;
- г) учредительным договором- верно

7. Учредительный(е) документ(ы) акционерного общества – это:

- а) положение;
- б) устав;- верно
- в) устав и учредительный договор;
- г) учредительный договор.

8. Место нахождения юридического лица - это:

- а) место его государственной регистрации- верно
- б) его юридический адрес;
- в) его почтовый адрес;
- г) место нахождения его исполнительного органа.

9. Участники полного товарищества несут _____ по его обязательствам.

- а) ответственность в пределах своего вклада в складочный капитал;
- б) солидарно несут субсидиарную ответственность всем своим имуществом- верно
- в) персональную ответственность.
- г) ни за что не несут ответственность

10. Признаки, присущие юридическому лицу:

- а) организационное единство;

- б) имущественная обособленность;
- в) самостоятельная имущественная ответственность;
- г) все перечисленное- верно

11. Государственная регистрация юридического лица осуществляется со дня представления документов в регистрирующий орган в срок не более чем:

- а) 5 дней;- верно
- б) 7 дней;
- в) 10 дней;
- г) 15 дней.

12. Юридическое лицо считается ликвидированным с момента:

- а) вступления в законную силу решения суда;
- б) закрытия расчетных счетов предприятия;
- в) отзыва лицензии;
- г) внесении об этом в единый государственный реестр юридических лиц- верно

13. Юридическое лицо считается созданным с момента:

- а) утверждения устава;
- б) назначения генерального директора;
- в) государственной регистрации;- верно
- г) решения общего собрания.

14. К коммерческим организациям относятся:

- а) ассоциации и союзы;
- б) фонды;
- в) потребительские кооперативы;
- г) производственные кооперативы.- верно

15. К некоммерческим организациям относятся:

- а) ассоциации и союзы;- верно
- б) товарищества;
- в) акционерные общества;
- г) учреждения.

16. Действия граждан и юридических лиц, направленные на установление, изменение или прекращение гражданских прав и обязанностей - ...

- а) сделка;- верно
- б) договор;
- в) обязательство.
- г) расторжение

17. Сделки не могут совершаться в форме:

- а) устной и письменной;
- б) молчанием;
- в) совершением преступления.
- г) все ответы верны- верно

18. Сделка для совершения которой достаточно выражения воли одной стороны:

- а) односторонняя сделка;- верно
- б) безвозмездная сделка;

- в) консенсуальная сделка.
- г) венская сделка

19. Сделка, в которой обязанность одной стороны совершить определенные действия соответствует обязанности другой стороны предоставить материальное или иное благо:

- а) возмездная сделка;- верно
- б) реальная сделка;
- в) двусторонняя сделка.
- г) безвозмездная сделка

20. Сделка, которая порождает права и обязанности сторон с момента достижения ими соглашения:

- а) консенсуальная сделка;- верно
- б) двусторонняя сделка;
- в) возмездная сделка.
- г) безвозмездная сделка

21. Сделка является недействительной независимо от признания ее таковой и не порождает для ее участников правовых последствий в силу ее нарушения действующего законодательства:

- а) ничтожная сделка;- верно
- б) оспоримая сделка;
- в) мнимая сделка.
- г) низменная сделка

22. Сделка является недействительной в силу признания ее таковой судом:

- а) ничтожная сделка;
- б) оспоримая сделка;- верно
- в) мнимая сделка.
- г) низменная сделка

23. К ничтожным сделкам относится:

- а) мнимые и притворные сделки;
- б) совершенные под влиянием заблуждения;
- в) совершенные под влиянием обмана, насилия, угроз
- г) все варианты верны- верно

24. К оспоримым сделкам относится:

- а) совершенные несовершеннолетними, не достигшими 14 лет;
- б) совершенные несовершеннолетними в возрасте от 14 до 18 лет;
- в) совершенные гражданином признанным недееспособным.
- г) все варианты верны- верно

25. Договор о передачи имущества в собственность:

- а) договор дарения;- верно
- б) договор страхования;
- в) договор хранения;
- г) договор подряда.

26. Соглашение двух или нескольких лиц об установлении, изменении или прекращении гражданских прав и обязанностей:

- а) сделка;

- б) договор;- верно
- в) обязательство.
- г) все варианты верны

27. Договор по продаже товара, выполнению работ или оказанию услуг, заключаемый коммерческой организацией с каждым, кто к ней обратится:

- а) публичный договор;- верно
- б) предварительный договор;
- в) договор присоединения.
- г) все варианты верны

28. Договор об оказании услуг:

- а) договор страхования- верно
- б) договор купли-продажи;
- в) договор дарения;
- г) договор мены.

29. Договор, условия которого определены одной из сторон в стандартных формах и могут быть приняты другой стороной только путем присоединения к предложенному договору в целом:

- а) публичный договор;
- б) предварительный договор;
- в) договор присоединения.- верно
- г) все варианты верны

30. Соглашение сторон заключить в будущем договор о передаче имущества, выполнении работ или оказании услуг на условиях, предусмотренных предварительным договором:

- а) публичный договор;
- б) предварительный договор;- верно
- в) договор присоединения.
- г) все варианты верны

31. Предложение, адресованное одному или нескольким лицам, определенно выражает намерение лица:

- а) оферта;
- б) акцепт;
- в) аукцион.
- г) все варианты верны

32. Ответ лица, которому адресована оферта, о ее принятии:

- а) оферта;
- б) акцепт;- верно
- в) аукцион.
- г) все варианты верны

33. В договоре возмездного оказания услуг сторонами являются:

- а) подрядчик и заказчик;
- б) экспедитор и клиент;
- в) исполнитель и заказчик.- верно
- г) все ответы верны

34. Договор по которому одна сторона обязуется за вознаграждение совершать по поручению другой стороны юридические и иные действия от своего имени:

- а) агентский договор;- верно
- б) договор возмездного оказания услуг;
- в) договор страхования.
- г) все варианты верны

35. Односторонним договором является:

- а) договор займа;
- б) договор подряда;
- в) договор купли-продажи;
- г) договор дарения.- верно

Тема 1.2: Организация маркетинговой деятельности в рекламе

1. Трудовые отношения онованы:

- а) на договоре личного найма;
- б) на трудовом договоре;- верно
- в) на договоре подряда.
- г) все варианты верны

2. Принципы трудового права перечислены:

- а) в ТК РФ;
- б) заимствовано из ГК РФ с учетом специфики трудовых отношений.
- в) только в Конституции РФ и в иных федеральных законах и нормативных правовых актах федеральных органов исполнительной власти, содержащих нормы трудового права-верно.
- г) все варианты верны

3. Действующий Трудовой кодекс вступил в действие

- а) 1 февраля 2002 г.;
- б) 1 января 2002 г.;- верно
- в) 1 февраля 2003 г.;
- г) 1 января 2003 г.

4. Локальные нормативные акты распространяют свое действие

- а) на всей территории РФ;
- б) в пределах организации, в которой был принят локальный акт;- верно
- в) на все коммерческие организации;
- г) на все государственные учреждения.

5. Целями трудового права (законодательства) являются:

- а) установление минимальных гарантий трудовых прав граждан и создание условий для всеобщей занятости населения;
- б) согласование интересов работников и работодателей и обеспечение трудовых прав и свобод граждан;
- в) установление государственных гарантий трудовых прав и свобод граждан, создание благоприятных условий труда, защита прав и интересов работников и работодателей.- верно
- г) все ответы верны

6. Сторонами трудового договора являются:

- а) гражданин и организация;
- б) подрядчик и заказчик;
- в) работник и работодатель.
- г) все ответы верны- верно

7. Заключение трудового договора по общему правилу допускается с

- а) 18 лет;
- б) 16 лет;- верно
- в) 21 года;
- г) 25 лет.

8. Физическое лицо может быть работодателем

- а) да;- верно
- б) нет.
- в) только в образовательных организациях
- г) только в некоммерческих организациях

94. Основные права и обязанности работника определены:

- а) ТК РФ;- верно
- б) Указом президента РФ «Об ответственности за нарушение трудовых прав граждан»;
- в) Федеральными законами и локальными нормативными актами.
- г) все ответы верны

10. Работодатель обязан

- а) принимать локальные акты;
- б) поощрять работников;
- в) соблюдать законы;
- г) все ответы верны- верно.

11. Работодатель имеет право

- а) привлекать работников к дисциплинарной ответственности;
- б) выплачивать заработную плату;
- в) обеспечивать бытовые нужды работников, связанные с работой;
- г) все варианты верны- верно.

12. При приеме на работу, по общему правилу, испытательный срок не должен превышать

- а) 12 месяцев;
- б) 14 месяцев;
- в) 3 месяцев;- верно
- г) 9 месяцев.

13. Дополнительные условия трудового договора

- а) неразглашение коммерческой тайны
- б) место работы;
- в) оплата труда;
- г) все варианты верны-верно.

14. Срочный трудовой договор заключается не более чем на

- а) 5 лет;- верно
- б) 3 года;
- в) 1 год;
- г) 6 месяцев.

15. Основным документом о трудовой деятельности является

- а) трудовая книжка;- верно
- б) личное дело;
- в) приказ о приеме на работу;
- г) приказ об увольнении.

16. Обязательное условие трудового договора

- а) испытательный срок;
- б) место работы;
- в) неразглашение коммерческой тайны;
- г) все варианты верны.- верно

17. Срок предупреждения работодателя об увольнении по собственному желанию

- а) 3 дня;
- б) 2 недели; - верно
- в) 1 неделя;
- г) 7 дней.

18. Заключение трудового договора по общему правилу допускается

- а) 18 лет;
- б) 16 лет;- верно
- в) 21 года;
- г) 25 лет.

19. При трудоустройстве трудовой договор заключается

- а) в обязательном порядке;
- б) по усмотрению сторон;
- в) по желанию работодателя;
- г) по решению профсоюза.

20. Фактическое допущение к работе считается заключением трудового договора

- а) да;- верно
- б) да, но в течение 3-х дней должен быть заключен договор;
- в) да, но в течение 5-ти дней должен быть заключен договор;
- г) нет.

21. Прогоул – это отсутствие работника без уважительной причины на рабочем месте

- а) более четырех часов подряд в течении рабочего дня;
- б) более четырех часов в течении рабочего дня;
- в) более пяти часов подряд в течении рабочего дня;- верно
- г) три часа в течение рабочего дня.

22. Сторонами трудового договора являются:

- а) гражданин и организация;
- б) подрядчик и заказчик;
- в) работник и работодатель.- верно
- г) все варианты верны

23. Условия трудового договора подразделяются ТК РФ на:

- а) существенные и несущественные;
- б) обязательные и дополнительные;- верно

в) основные и необязательные.

г) все варианты верны

24. Если в трудовом договоре не оговорен срок его действия, то договор считается заключенным:

а) на неопределенный срок;- верно

б) на пять лет;

в) с нарушением закона.

г) все варианты верны

25. Трудовой договор вступает в силу:

а) со дня подписания работником и работодателем, если иное не установлено федеральными законами, иными нормативными актами РФ или трудовым договором, либо со дня фактического допущения работника к работе с ведома или по поручению работодателя (его представителя);- верно

б) с момента издания приказа (распоряжения) работодателя на основании заключенного трудового договора;

в) на следующий день после подписания работником и работодателем, если иное не установлено федеральными законами, иными нормативными актами РФ или трудовым договором, либо со дня фактического допущения работника к работе с ведома или по поручению работодателя (его представителя).

г) все варианты верны

26. Предварительному медицинскому освидетельствованию при заключении трудового договора подлежат лица:

а) не достигшие 18 лет;

б) достигшие 18 лет;

в) все независимо от возраста- верно

г) те, кто пожелает

27. Дисциплинарное взыскание, не закрепленное в ТК РФ

а) замечание;- верно

б) лишение премии;

в) выговор;

г) увольнение.

28. Дисциплинарное взыскание применяется со дня совершения проступка не позднее

а) 6 месяцев;

б) 3 месяцев;

в) 1 года;

г) 1 месяца.- верно

29. Приказ работодателя о применении дисциплинарного взыскания должен быть объявлен работнику в течении

1.3 дней;- верно

2.9 дней;

3.2 недель;

4.1 недели.

30. За один дисциплинарный проступок применяется

а) одно дисциплинарное взыскание;- верно

- б) выговор и лишения премии;
- в) замечание и привлечение к сверхурочным работам;
- г) выговор и удержание из заработной платы.

31. Договор о полной материальной ответственности заключается с работниками, достигшими

- а) 16 лет;
- б) 18 лет;- верно
- в) 20 лет;
- г) 25 лет.

32. Вид материальной ответственности работника перед работодателем

- а) солидарная;
- б) полная;
- в) субсидиарная;- верно
- г) все варианты верны

33. Упущенная выгода с работника

- а) подлежит взысканию;
- б) подлежит взысканию в коммерческих организациях;
- в) не подлежит взысканию;- верно
- г) подлежит взысканию в государственных учреждениях.

34. Несовершеннолетние работники могут быть привлечены к полной материальной ответственности:

- а) на общих основаниях с остальными категориями работников;
- б) только при умышленном причинении вреда;- верно
- в) при умышленном причинении вреда, а также причинении вреда в состоянии алкогольного, наркотического или иного токсического опьянения либо при совершении административного проступка или уголовного преступления.
- г) все варианты верны

35. Приказ о взыскании с виновного работника суммы причиненного ущерба, не превышающей среднего месячного заработка, может быть издан работодателем не позднее:

- а) одного месяца со дня окончательного установления размера причиненного работником ущерба;
- б) одного месяца со дня причинения работником ущерба;- верно
- в) двух месяцев со дня окончательного установления размера причиненного работником ущерба.
- г) все варианты верны

МДК 03.02

Тема 2.1: Правовое регулирование рекламной деятельности

1.Административное принуждение как метод государственного управления:

всегда осуществляется в рамках служебного подчинения;

- а) Всегда осуществляется вне рамок служебного подчинения;- верно
- б) Может осуществляться как в рамках служебного подчинения, так и вне этих рамок.
- в) Нет верного ответа
- г) Все варианты верны

2.Сущностью принуждения является

- а) осуществление принуждения в связи с неправомерным, вредным для общества деянием как реакции на противоправное поведение;
- б) применение правового принуждения только к конкретным субъектам права, которые нарушили юридические нормы;- верно
- в) осуществление правового принуждения посредством юрисдикционных, правоприменительных актов;
- г) осуществление применения воспитательных и карательных мер к субъектам административного права.

3.Административное принуждение - это

- а) метод государственного управления;
- б) способ обеспечения правопорядка, который применяется только к конкретным субъектам права в связи с их неправомерными действиями, путем принятия актов применения права;- верно
- в) способ обеспечения правопорядка, который должен применяться строго на правовой основе, специально уполномоченными государственными органами;
- г) регулятивные административно-правовые отношения;

4.Видами административного принуждения являются меры

- а) административного предупреждения;- верно
- б) пресечения;
- в) наказания;
- г) поощрения;

5.Административно-предупредительные меры принуждения

- а) установление административного надзора за лицами, освобожденными из мест лишения свободы
- б) дисквалификация;
- в) административная ответственность;
- г) вынесение предупреждения;- верно

6.Административно - пресекательные меры принуждения

- а) выговор;
- б) применение физической силы, специальных средств и оружия;
- в) досмотр багажа, груза и личный досмотр авиапассажиров;
- г) привод;- верно

7.Меры обеспечения производства по делам об административных правонарушениях

- а) предупреждение;
- б) административный арест;- верно
- в) привод;
- г) доставление;

8.Виды мер административного предупреждения

- а) введение карантина;- верно
- б) доставление правонарушителя;
- в) применение физического воздействия;
- г) применение огнестрельного оружия;

9.Перечень видов административных наказаний:

- а) устанавливается только на федеральном уровне;

- б) устанавливается как на федеральном, так и на региональном уровне (уровне субъектов РФ);
- в) устанавливается на федеральном и региональном уровне, но может быть дополнен и органами местного самоуправления, если такая компетенция закреплена за ними законом соответствующего субъекта РФ.- верно
- г) все ответы верны

11) По достижению какого возраста гражданин может быть привлечен к административной ответственности:

- а) 14 лет;
- б) 16 лет;
- в) 16 лет, но по некоторым видам правонарушений – с 14 лет;- верно
- г) 18 лет;

12) Юридическое лицо признается виновным в совершении административного правонарушения:

- а) если будет доказана вина конкретного должностного лица (сотрудника) этого юридического лица;
- б) если будет установлено, и что у юридического лица имелась возможность для соблюдения норм и правил, за нарушение которых предусмотрена административная ответственность и при этом доказана вина конкретного сотрудника, действием или бездействием которого были нарушены эти нормы и правила;
- в) если будет установлено, и что у юридического лица имелась возможность для соблюдения норм и правил, за нарушение которых предусмотрена административная ответственность, но данным лицом не были приняты все зависящие от него меры по соблюдению этих норм и правил (вину конкретных сотрудников устанавливать не нужно)- верно
- г) все варианты верны

13) По общему правилу к какой категории субъектов административной ответственности КоАП РФ относят лиц, осуществляющих предпринимательскую деятельность без образования юридического лица:

- а) к категории физических лиц;
- б) к категории юридических лиц;
- в) к категории должностных лиц;- верно
- г) КоАП РФ выделяет их в особую самостоятельную группу субъектов.

14) Что из ниже изложенного не относится к видам административных наказаний:

- а) возмездное изъятие орудия совершения административного правонарушения;
- б) возмездное изъятие предмета административного правонарушения;
- в) исправительные работы;
- г) дисквалификация;- верно

15) Какой вид административного наказания не может применяться в отношении юридического лица:

- а) возмездное изъятие орудия совершения или предмета административного правонарушения;
- б) конфискация орудия совершения или предмета административного правонарушения;
- в) лишение специального права;
- г) все эти виды административных наказаний могут применяться как к физическим, так и юридическим лицам.- верно

16) Какое административное наказание не относится к категории основных (т.е. может быть назначено в дополнение к другим видам административных наказаний):

- а) лишение специального права;
- б) административный арест;
- в) дисквалификация;
- г) все вышеперечисленное относится к категории основных административных наказаний- верно

18) По общему правилу срок давности назначения административного наказания составляет:

- а) два месяца со дня совершения (обнаружения) правонарушения;- верно
- б) один месяц со дня совершения (обнаружения) правонарушения;
- в) шесть месяцев со дня совершения, а для длящихся проступков – со дня их обнаружения
- г) все варианты возможны.

19) Срок, в течение которого лицо считается подвергнутым административному наказанию:

- а) до момента исполнения постановления о назначении административного наказания;
- б) один год с момента совершения (обнаружения) правонарушения;
- в) один год с момента вынесения постановления о назначении административного наказания;- верно
- г) один год с момента окончания исполнения постановления о назначении административного наказания.

20) Существует ли какой-либо срок давности приведения к исполнению постановления о назначении административного наказания:

- а) да, существует: один месяц;
- б) да, существует: шесть месяцев;
- в) да, существует: один год;- верно
- г) да, существует: три года;

21) К мерам административного принуждения относятся:

- а) меры административно-правового предостережения;
- б) меры административного пресечения;
- в) меры дисциплинарного взыскания- верно.
- г) все варианты верны

22) Применение физической силы, специальных средств, оружия относится к мерам:

- а) административного пресечения;- верно
- б) административного предупреждения;
- в) административной ответственности.
- г) все варианты верны

23) Административная ответственность за правонарушения устанавливается:

- а) Кодексом РФ об административных правонарушениях;- верно
- б) законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях;
- в) Кодексом РФ и законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях.
- г) все варианты верны

24) Постановление о наложении административного взыскания может быть обжаловано в течение:

- а) 2 месяцев;
- б) 3 месяцев;
- в) 1 месяца;
- г) 10 дней.- верно

25) Более строгим наказанием за административный проступок является:

- а) предупреждение;
- б) административный арест;- верно
- в) административный арест и предупреждение равносильны в системе административных взысканий.
- г) все варианты верны

Тестирование (рубежный контроль)

Условия выполнения:

- 1.внимательно прочитайте инструкцию к выполнению теста;
- 2.время выполнения 3 мин.
- 3.тестовые задания выполняются студентами индивидуально;
- 4.укажите фамилию, имя на листе бумаги.
- 5.задание: выбрать правильный ответ; дополни.

Критерии оценки:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если он дал 90-100% правильных ответов;
- оценка «хорошо» - 70-80% правильных ответов;
- оценка «удовлетворительно» - 50-60% правильных ответов;
- оценка «неудовлетворительно» - менее 50 % правильных ответов.

МДК 03.01

1. Учредители юридического лица:

- 1) Имеют вещные права на его имущество.
- 2) Имеют обязательственные права на его имущество.
- 3) Не имеют никаких прав на его имущество.
- 4) В зависимости от вида юридического лица имеют вещные права на его имущество, либо обязательственные права, либо не имеют никаких прав.- верно

2. Какими правами на обособленное за ним имущество обладает открытое акционерное общество?

- 1) Правом собственности.
- 2) Правом хозяйственного ведения.
- 3) Правом оперативного управления.
- 4) Правом хозяйственного ведения - на имущество, переданное учредителями в качестве вкладов; а на имущество, приобретенное по иным основаниям - правом собственности.- верно

3.Что такое филиал юридического лица?

- 1) Это особый вид юридического лица.
- 2) Это орган юридического лица, действиями которого юридическое лицо приобретает гражданские права и принимает на себя обязанности.
- 3) Это обособленное подразделение юридического лица, расположенное вне места его нахождения и осуществляющее все его функции или их часть.- верно

4) Это обособленное подразделение юридического лица, расположенное вне места его нахождения, которое представляет интересы юридического лица и осуществляет их защиту.

4. Кто осуществляет государственную регистрацию юридических лиц?

- 1) Учреждение юстиции.
- 2) Налоговые органы.- верно
- 3) Органы местного самоуправления.
- 4) Суд.

5. Правоспособность юридического лица прекращается

- 1) В момент завершения его ликвидации.
- 2) В момент внесения записи о его исключении из Единого государственного реестра юридических лиц.- верно
- 3) В момент принятия решения о ликвидации или реорганизации.
- 4) В момент фактического прекращения деятельности юридического лица.

6. Обособленное подразделение юридического лица, расположенное вне места его нахождения, которое представляет интересы юридического лица и осуществляет их защиту - это:

- 1) Орган юридического лица.
- 2) Представительство.
- 3) Филиал.- верно
- 4) Дочернее общество.

7. Каким образом решается вопрос об очередности удовлетворения требований кредиторов ликвидируемого юридического лица?

- 1) Очередность удовлетворения требований кредиторов определяет суд- верно
- 2) Очередность удовлетворения требований кредиторов определяет Гражданский Кодекс РФ.
- 3) Очередность удовлетворения требований кредиторов определяет ликвидационная комиссия.
- 4) Очередность удовлетворения требований кредиторов определяется в календарном порядке.

8. Общество с ограниченной ответственностью

- 1) Отвечает по своим обязательствам ограниченно, в пределах принадлежащих ему денежных средств.
- 2) Отвечает по своим обязательствам всем принадлежащим ему имуществом.
- 3) Отвечает по своим обязательствам уставным капиталом.
- 4) Отвечает по своим обязательствам всем принадлежащим ему имуществом. При его недостаточности участники общества несут ограниченную ответственность своим имуществом по обязательствам общества- верно

9. На основании каких учредительных документов действуют юридические лица?

- 1) На основании устава.
- 2) На основании устава и учредительного договора.
- 3) На основании положения.
- 4) На основании устава и (или) учредительного договора. В случаях, предусмотренных законом - на основании общего положения об организациях данного вида.- верно

10. Сроки ликвидации

- 1) Законом не установлены. ГК РФ определяет лишь минимальный срок заявления требований кредиторами ликвидируемого юридического лица.
- 2) Составляют в соответствии с ГК РФ два месяца.
- 3) В соответствии с законом не могут быть более одного года.- верно
- 4) Составляют в соответствии с ГК РФ шесть месяцев.

11. Чем ликвидация юридического лица отличается от реорганизации?

- 1) Сроками.
- 2) Ликвидация означает прекращение юридического лица без правопреемства, а реорганизация - с правопреемством.
- 3) Тем, что ликвидация происходит на основании судебного решения, а реорганизация – на основании решения уполномоченного на то государственного органа.
- 4) Ликвидация означает прекращение юридического лица, а при реорганизации - юридическое лицо продолжает действовать.- верно

12. Акционеры закрытого акционерного общества (ЗАО):

- 1) Могут отчуждать принадлежащие им акции только с согласия других акционеров.
- 2) Могут отчуждать принадлежащие им акции только другим акционерам.
- 3) Могут отчуждать принадлежащие им акции свободно. При продаже акций другие акционеры имеют преимущественное право приобретения акций по цене предложения.
- 4) Могут отчуждать принадлежащие им акции. При продаже акций другие акционеры ЗАО имеют преимущественное право приобретения акций по рыночной цене.- верно

13. Жизненный цикл товара - это...

- а) интервал времени от момента приобретения до момента утилизации, прекращения существования товара
- б) интервал времени, в котором спрос на товар проходит все возможные фазы и возвращается к исходной точке
- в) совокупность фаз внедрения товара на рынок, роста продаж, зрелости товара и спада продаж- верно
- г) цикл операций от момента, когда товар покинул производственный цех до передачи его конечному потребителю

14. То, что может удовлетворить нужду:

- а) потребность
- б) товар- верно
- в) запрос
- г) следствие

15. К какому виду исследования рынка относится интервьюирование?

- а) кабинетные исследования
- б) полевые исследования- верно
- в) научные исследования
- г) не относится к исследованиям

16. К какому критерию относится формирование сегмента о составе семьи?

- а) к географическому
- б) к поведенческому
- в) к демографическому- верно
- г) к политическому

17. Источником брендовой рекламы были...

- а) геральдические знаки
- б) гербовые печати
- в) клейма, которыми метили скот и рабов- верно
- г) письменность

18. "Прямая реклама" использует следующие формы:

- а) письма и открытки- верно
- б) рекламные ТВ-ролики
- в) рекламный модуль в газете
- г) баннеры на проезжей части

19. Заказчиком рекламы является...

- а) рекламодаделец- верно
- б) рекламное агентство
- в) потребитель
- г) целевая аудитория

20. При каком средстве рекламы обеспечивается личный контакт продавца и покупателя?

- а) реклама в прессе
- б) печатная реклама
- в) реклама на месте продажи- верно
- г) реклама в интернете

МДК 03.02

1. Фонд:

- 1) Это некоммерческая организация, созданная собственником, который несет субсидиарную ответственность по его обязательствам.
- 2) Это некоммерческая организация, учредители которой не имеют имущественных прав и не отвечают по ее обязательствам.
- 3) Это некоммерческая организация, учредители которой несут субсидиарную ответственность по ее обязательствам в размере и в порядке, предусмотренных уставом- верно
- 4) Это некоммерческая организация, учредители (участники) которой не имеют имущественных прав и не отвечают по ее обязательствам.

2. Организация, созданная собственником для осуществления управленческих, социальных, культурных или иных функций некоммерческого характера и финансируемая ими полностью или частично, называется

- 1) Потребительским кооперативом.
- 2) Фондом.
- 3) Общественной организацией.
- 4) Учреждением- верно

3. В зависимости от основной цели своей деятельности все юридические лица подразделяются на:

- 1) Частные и государственные.
- 2) Частные, государственные и муниципальные.
- 3) Преследующие общественно полезные цели и частные.

4) Коммерческие и некоммерческие- верно

4. Участники общества с ограниченной ответственностью:

1) Несут субсидиарную ответственность по его обязательствам солидарно всем своим имуществом.

2) Несут субсидиарную ответственность по его обязательствам солидарно в пределах стоимости своего вклада.

3) Несут субсидиарную ответственность по его обязательствам солидарно своим имуществом в одинаковом для всех кратном размере к стоимости их вкладов, определяемом учредительными документами общества- верно

4) Не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков, связанных с деятельностью общества в пределах стоимости внесенных ими вкладов.

5. Вправе ли некоммерческие организации заниматься предпринимательской деятельностью?

1) Вправе, если занятие предпринимательской деятельностью служит достижению целей, ради которых они созданы, и соответствуют этим целям- верно

2) Не вправе, т.к. такие юридические лица создаются для иных целей, не связанных с предпринимательской деятельностью.

3) Вправе, если занятие предпринимательством для данной некоммерческой организации будет разрешено учредителями.

4) Вправе, если занятие предпринимательством разрешено законами о данных видах некоммерческих организаций.

6. Общественными организациями признаются:

1) Не имеющие членства некоммерческие организации, учрежденные гражданами и (или) юридическими лицами на основе добровольных имущественных взносов, преследующие социальные, благотворительные, культурные, образовательные или иные общественно полезные цели.

2) Добровольные объединения граждан, в установленном порядке объединившихся на основе общности их интересов для удовлетворения духовных или иных нематериальных потребностей- верно

3) Добровольные объединения граждан на основе членства с целью удовлетворения материальных и иных потребностей участников.

4) Добровольные объединения граждан, а также некоммерческих организаций, объединившихся в целях координации их деятельности, а также представления и защиты их интересов.

7. Коммерческая организация, не наделенная правом собственности на закрепленное за ней собственником имущество - это

1) Унитарное предприятие- верно

2) Учреждение.

3) Производственный кооператив (артель).

4) Общество с ограниченной ответственностью.

8. Учредительными документами унитарных предприятий являются:

1) Устав- верно

2) Учредительный договор и устав.

3) Учредительный договор.

4) Общее положение об организациях данного вида.

9. Логотип - это...

- а) оригинальное графическое изображение, символ, обозначающий компанию, фирму
- б) графическая композиция с фирменным названием организации- верно
- в) единый художественно-графический подход к оформлению всей совокупности рекламных материалов
- г) первоначальный образец, прообраз, как источник для создания литературного образа, героя

10. Рекламный слоган - это...

- а) сочетание стихотворной формы рекламного обращения и музыкального сопровождения
- б) краткая фраза, несколько раз повторяющаяся в ходе рекламного сообщения
- в) краткая, броская, легко запоминающаяся фраза, выражающая суть рекламного сообщения- верно
- г) музыкальный или вокальный продакшн-элемент оформления аудио-рекламы

11. Как называется достижение высокой общественной репутации фирмы?

- а) паблик рилейшнз- верно
- б) таргетинг
- в) директ-маркетинг
- г) рекламный блок

12. "Эхо-фраза" представляет собой...

- а) периодически повторяемый набор слов (лозунг, девиз, слоган) для лучшего запоминания текста
- б) эффектная фраза в начале рекламного сообщения, модификации которой повторяются много раз
- в) выражение в конце текста рекламного сообщения, повторяющее его заголовок или основной мотив- верно
- г) совокупность фраз рекламной информации

13. Как называется информация, которая зачитывается диктором?

- а) радиоролик
- б) песня
- в) радио объявление- верно
- г) джингл

16. Канал информации, по которому рекламное сообщение доходит до потребителя, называется:

- а) рынок
- б) таргетинг
- в) средство распространения рекламы- верно
- г) рекламное агентство

17. Что относится к видам "основных рекламных средств"?

- а) телереклама
- б) наружная реклама
- в) радиореклама

г) все варианты верны- верно

18. Что такое "транзитная реклама"?

- а) рекламное объявление, которое предшествует фильму в кинотеатре
- б) современный канал распространения рекламы по мобильным телефонам
- в) канал распространения рекламы в сети интернет
- г) форма городской рекламы, которую используют транспортные средства, чтобы донести до людей обращение- верно

19. Какие функции рекламы НЕ различают?

- а) экономические
- б) социальные
- в) политические- верно
- г) брендосоздающие

20. В зависимости от охвата рекламной деятельности территории НЕ выделяют:

- а) локальная территория
- б) региональная территория
- в) массовая территория- верно
- г) общенациональная территория

ИТОГОВЫЙ КОНТРОЛЬ

**Вопросы для подготовки к дифференцированному зачету по учебной дисциплине
МДК.03.01. Маркетинг в рекламе
Курс 3**

1. Понятие рекламы
2. История рекламы
3. Реклама как метод управления людьми
4. Печатная реклама
5. Телевизионная реклама
6. Витринная реклама
7. Почтовая реклама
8. Наружная реклама
9. Виды рекламных средств
10. Информационные материалы связей общественностью и их виды
11. Средства распространения рекламы
12. Понятие маркетинга
13. Жизненный цикл товара
14. Классификация потребителей
15. Основные этапы при принятии решения о покупке
16. Понятие бренда
17. Маркетинговые исследования
18. Стимулирование сбыта
19. Анализ потребления
20. Организация маркетинговой деятельности
21. Система планирования и организации маркетинга
22. Бизнес-план

23. Эффективность коммерческой рекламы
24. Структура рекламного агентства
25. Саморегулирование рекламной деятельности
26. Виды цен
27. Роль социальной рекламы в современном обществе
28. Анализ эффективности деятельности фирм-посредников
29. Разработка рекламной кампании товара
30. Ребрендинг в маркетинге: история и современность

Практические задания

1. Разработка мероприятий, анкеты для исследования предпочтений целевых групп потребителей
2. Сегментирование рынка
3. Выбор средств, направленных на продвижение рекламного продукта
4. Разработка средств продвижения рекламного продукта
5. Составление плана разработки маркетинговой части бизнес-плана

Вопросы для подготовки к дифференцированному зачету по учебной дисциплине МДК.03.02. Маркетинг в рекламе Курс 3

31. Основы законодательства РФ в области рекламы
32. Понятие рекламного права и рекламного законодательства
33. Федеральный закон «О рекламе»
34. Требования к рекламированию товаров и услуг, установленные законом.
35. Правовые нормы, регулирующие взаимоотношения по оказанию услуг
36. Законодательные акты, имеющие отношение к рекламной деятельности
37. Регулирование рекламной деятельности на международном уровне
38. Международный кодекс рекламной практики
39. Международный кодекс торговой палаты (МТП)
40. Понятие и признаки рекламной информации
41. Правовой статус рекламодателей, рекламопроизводителей и рекламораспространителей
42. Договоры в сфере рекламы
43. Содержание договора, договорные условия, правила их соблюдения
44. Защита потребителей от недобросовестной рекламы
45. Федеральный закон «О защите прав потребителя»
46. Государственный контроль в сфере рекламной деятельности
47. Федеральная антимонопольная служба ФАС
48. Саморегулирование рекламной деятельности
49. Ответственность за нарушение законодательства о рекламе
50. Авторское право и смежные права в рекламе
51. Рассмотрение и разрешение споров в сфере рекламы
52. Правовое регулирование политической рекламы
53. Правовое регулирование социальной рекламы
54. Правовое регулирование рекламы для несовершеннолетних
55. Правовое регулирование рекламы в телепрограммах и телепередачах
56. Правовое регулирование рекламы на радио
57. Правовое регулирование рекламы в периодических печатных изданиях
58. Правовое регулирование рекламы на транспортных средствах

59. Специальные требования к рекламе лекарственных средств

60. Специальные требования к рекламе табачных изделий

Практические задания

1 Выявление требований целевых групп потребителей

2 Разработка анкеты для исследования целевых групп

3 Разработка маркетинговой части бизнес-плана

4 Разработка средств продвижения рекламного продукта

Оформление договорной документации с учетом законодательства в сфере рекламы

5 Составление отчета по маркетингу.

Требования к курсовой работе как части экзамена квалификационного

Выполнение курсовой работы по **МДК.03.01. Маркетинг в рекламе** способствует формированию профессиональных компетенций, предусмотренных Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 031601 «Реклама», утвержденного Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 мая 2014 г. №510,

Целью выполнения курсовой работы является более глубокое овладение знаниями в конкретной области, формирование навыков научно - исследовательской и практической деятельности. При выполнении курсовой работы студент приобретает опыт самостоятельного анализа теоретического материала и умение увязывать его с практикой.

Курсовая работа поможет самостоятельно изучить материал, излагаемый в учебной и научно-практической литературе, выработать навыки правильного и четкого изложения содержания и анализа проработанного материала, приобрести навыки научно-исследовательской и практической деятельности.

Задачи, которые должен решить студент при выполнении курсовой работы:

- обосновать актуальность рассматриваемой проблемы;
- подобрать, изучить и проанализировать литературу по теме;
- определить предмет и объект исследования;
- провести исследование, проанализировать полученные данные и дать их интерпретацию;
- разработать варианты решения поставленной проблемы;
- самостоятельно анализировать заданные темой проблемы рекламы и маркетинга;
- закрепить полученные теоретические знания;
- закрепить методы художественного оформления рекламного продукта, приемы художественного дизайна и редактирования;
- изучить основные подходы к творческому производству и технологии разработки рекламного продукта;
- применить методики тестирования и экспертной оценки рекламного продукта для определения его эффективности и соответствия правовым и этическим нормам;
- изучить сущность и особенности творческого рекламного продукта;
- изучить особенности разработки творческого рекламного продукта в зависимости от различных аспектов (специфика товара, потребительской аудитории, средств распространения рекламы и др.).

Структура курсовой работы определяется индивидуальной целью исследования, выбранным объектом исследования и конкретной темой работы. Структура работы

считается обоснованной в том случае, если в ее рамках логически возможно достигнуть полного раскрытия выбранной темы.

При относительно свободном выборе структуры курсовой работы в ее состав в обязательном порядке должны быть включены следующие структурные элементы:

- титульный лист;
- содержание (оглавление);
- введение;
- основная часть;
- заключение;
- список использованной литературы и источников информации;
- приложение.

Допускается и поощряется использование дополнительной информации в виде последнего структурного раздела – приложений (таблицы, графики, фотографии, образцы форм документов и т. п.). Приводимые приложения должны соответствовать теме курсовой работы.

Содержание

Содержание отражает, по существу, план работы. В содержании последовательно указываются названия глав (разделов), параграфов или пунктов, их расположение по страницам. Каждая рубрика содержания должна точно соответствовать рубрике в тексте. Все структурные части курсовой работы должны быть указаны в содержании.

Помещать содержание необходимо в начале работы, так как это дает возможность рецензенту–преподавателю междисциплинарного курса сразу представить основное направление исследования.

Введение

Во введении представляется обоснование (что это за проблема и зачем ее следует исследовать), а также раскрытие всего научного аппарата. Оно включает следующие составляющие курсовой работы:

- актуальность темы курсовой работы;
- разработанность исследуемой темы; - научная проблема; - объект и предмет; - цель; - основные задачи; - методы (способы) решения основных задач; - элементы новизны; - научная и практическая значимость исследуемой проблемы; - структура курсовой работы; - положения, выносимые на защиту. Актуальность темы – это определение существа важности исследуемой проблемы. Оно включает в себя следующее: аргументацию необходимости изучения данной темы с позиции теории или практики; раскрывается степень изученности проблемы и отражение ее в специальной литературе; обосновывается тема и раскрывается потребность в ее специальном исследовании и пр. Здесь же раскрывается состояние разработанности выбранной темы, то есть дается краткий обзор литературы по теме. В процессе анализа состояния исследованности темы студент приходит к формулированию основного противоречия. Сущность такого противоречия вытекает из выявления серьезного несоответствия, несогласованности между какими-либо противоположностями внутри единого объекта. Основное противоречие, в частности, может показывать несоответствие состояния определенной проблемы и уровня ее решения и т.д. Выявление основного противоречия позволяет определить научную проблему курсовой работы. Научная проблема характеризует, что именно хочет автор разрешить в процессе исследования. Она выражается в виде вопроса, например: в чем сущность, содержание и условия оптимального развития какого-либо процесса; каковы пути, обеспечивающие наиболее полное решение определенной проблемы и т.д. Сформулировав научную проблему, следует определить границы исследовательской деятельности (объект) и содержания (предмет) курсовой работы. Объект курсовой работы – эта та часть практики или научного знания, с которой исследователь имеет дело. Он представляет собою процесс или явление, порождающее проблемную ситуацию, которая будет исследоваться. Предмет дипломной работы – это та

сторона, тот аспект, та точка зрения, «проекция», с которой исследователь познает целостный объект, выделяя при этом главные, наиболее существенные (с точки зрения исследователя) признаки объекта. Предмет курсовой работы чаще всего либо совпадает с ее темой, либо они очень близки по звучанию. Цель курсовой работы – это то, чего хочет достичь автор курсового проекта своей исследовательской деятельностью. Она характеризует основной замысел студента при ее разработке. Основные задачи курсовой работы. На основе цели определяются основные задачи, которые требуется решить (и подтвердить выдвинутое предположение) в процессе ее достижения. Задачи формулируются в виде перечисления: - изучить..., - описать..., - уточнить и дополнить понимание..., - выявить..., - систематизировать..., - разработать... и т.д. Методы (способы) решения основных задач. Во введении предполагается определение основных методов, которые использованы при проведении исследовательской работы, и базы, на которой изучались те или иные явления, проверялись наработки, методики, осуществлялась экспериментальная работа и пр. Другими словами, автор показывает ту практическую сферу, где преимущественно проводилось исследование, и тот инструментарий, посредством которого он обеспечил решение основных задач, достижение цели 11 курсовой работы. В качестве основных методов, которые активно используются в процессе подготовки курсовой работы, являются: наблюдение, беседы, опросы, тесты, изучение документов, изучение литературы, экспериментальная работа и др. Изложенное можно представить в виде логической схемы последовательности разработки и изложения основного научного аппарата курсовой работы: Элементы новизны. В этом подразделе введения отмечается, что нового по сравнению с уже известным в теории и практике удалось достичь автору в процессе его исследовательской деятельности. Научная и практическая значимость исследуемой проблемы. Автор показывает, какое значение могут иметь те результаты, которые им получены в ходе исследования, и где они, возможно, получают применение или уже используются на практике. Структура курсовой работы – содержание основных частей работы. Положения, выносимые на защиту, – это основные результаты, полученные студентом в процессе исследования, которые он готов отстаивать. К ним, как правило, относятся теоретические положения, обобщающие сведения, выводы, практические рекомендации. Каждый тезис включает выводное положение и его краткое, обобщающее содержание. В курсовой работе может быть три-четыре таких положения.

Основная часть

По содержанию курсовая работа строится в определенной последовательности: сначала в первой главе дается общая характеристика и анализ проблемы, затем обосновывается теоретическая позиция автора и подходы к ее решению, во второй главе рассматриваются практические аспекты реализации рекламного проекта. Теоретическая часть включает изложение вопроса, а также всесторонний и систематизированный анализ научной литературы по избранной теме. Главу следует разбить на подразделы (параграфы), которых должно быть не менее двух. В работе можно сопоставить точки зрения разных авторов и высказать свою точку зрения. Это свидетельствует о серьезном творческом подходе к изучаемой проблеме. Теоретический материал следует подкреплять практическими примерами. При написании текста следует делать ссылки на авторов тех работ, материал которых цитируется. Все таблицы (рисунки, графики, диаграммы, схемы и прочий иллюстративный материал) в работе нумеруются арабскими цифрами (используется сквозная нумерация, если иллюстративного материала мало, и нумерация в пределах раздела, если иллюстрированного материала много). На них должны быть ссылки в тексте, все они должны иметь ссылки на источники и сопровождаться анализом. Теоретическая часть может включать 2-3 раздела. 5. Практическая часть. В практической части рассматривается и анализируется практическая ситуация на примере конкретного предприятия, организации, объединения, компании, отрасли, рынка товаров (услуг). Практическая ситуация может быть из периодической

печати, специальных журналов, практики деятельности конкретных предприятий. Следует привести и проанализировать примеры использования теоретического материала в конкретной деятельности предприятия или организации. При этом желательно высказать свою точку зрения и сделать конкретные предложения по совершенствованию деятельности рассматриваемых организаций, и решению поставленных в курсовой работе задач. Предложения автора могут носить теоретический, методологический или практический характер. Основным пунктом практического раздела является поэтапное описание этапов разработки креативной идеи, а также технико-технологической реализации рекламного продукта. При написании теоретической и практической части курсовой работы следует особенно обратить внимание на следующее: - необходимость использования научного стиля изложения и соответствующих языковых клише. Не допускается использование публицистического и официально-делового стиля. Данный факт находит отражение, прежде всего в том, что стиль изложения должен носить характер доказательности, убедительности, как следствие проведенного исследования. Не допускается использование фраз «Я думаю», «Проведенное мною исследование» и пр.; - необходимость соблюдения требования логичности и последовательности изложения. Каждая глава и параграф должны иметь вводную часть - несколько предложений, вводящих в замысел раздела; последовательное раскрытие содержания от общего к частному; вывод - обобщающую мысль изложенного; переход к следующей главе (параграфу).

Заключение

Заключение должно содержать краткие выводы и рекомендации по результатам проведенной работы, отвечать на вопросы, поставленные во введении.

Рекомендуемый объем заключения одна - три страницы.

Приложения

В приложения выносятся материалы, которые имеют большой объем, вследствие чего включение их в текст работы нецелесообразно, либо содержат информацию, не имеющую принципиального значения, но могут использоваться для комментария к отдельным положениям работы.

В тексте курсовой работы на все приложения должны быть ссылки.

Вопросы для подготовки к экзамену

МДК 03.01

1. Субъекты рекламных отношений и их права и обязанности. \
2. Понятие и признаки ненадлежащей рекламы.
3. Недобросовестная реклама.
4. Недостоверная реклама.
5. Неэтичная реклама
6. Реклама, вводящая потребителя в заблуждение и скрытая реклама
7. Требования к рекламе, размещаемой в радио- и телепрограммах
8. Требования к рекламе в кино- и видеообслуживании
9. Требования к рекламе в периодических печатных изданиях.
10. Требования к наружной рекламе.
11. Особенности рекламы на транспортных средствах.
12. Требование к рекламе алкогольной продукции.
13. Реклама лекарственных средств и медицинских услуг
14. Реклама, основанная на риске игр, пари
15. Реклама оружия, вооружения и военной техники.
16. Реклама табака и табачных изделий.
17. Система государственного регулирования и контроля рекламной деятельности
18. Антимонопольные органы в регулировании рекламной деятельности
19. Саморегулирование в рекламе

20. Договор и его значение в рекламной деятельности
21. Особенности договора об оказании рекламных услуг
22. Понятие и предмет предпринимательского права
23. Методы и принципы предпринимательского права
24. Источники правового регулирования
25. Понятие юридического лица, его признаки

ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ ПО ПМ 03 МАРКЕТИНГОВОЕ И ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ РЕАЛИЗАЦИИ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА

1. Понятие рекламного права и рекламного законодательства
2. Международные договоры РФ в области рекламы.
3. Общие требования к рекламе.
4. Правовое регулирование рекламы для несовершеннолетних
5. Субъекты рекламных отношений и их права и обязанности.
6. Понятие и признаки ненадлежащей рекламы.
7. Недобросовестная реклама.
8. Недостоверная реклама.
9. Неэтичная реклама.
10. Реклама, вводящая потребителя в заблуждение и скрытая реклама.
11. Требования к рекламе, размещаемой в радио- и телепрограммах.
12. Требования к рекламе в кино- и видеообслуживании
13. Требования к рекламе в периодических печатных изданиях.
14. Требования к наружной рекламе.
15. Особенности рекламы на транспортных средствах.
16. Требование к рекламе алкогольной продукции.
17. Реклама лекарственных средств и медицинских услуг
18. Реклама, основанная на риске игр, пари
19. Реклама оружия, вооружения и военной техники.
20. Реклама табака и табачных изделий.
21. Система государственного регулирования и контроля рекламной деятельности
22. Антимонопольные органы в регулировании рекламной деятельности
23. Саморегулирование в рекламе
24. Договор и его значение в рекламной деятельности
25. Особенности договора об оказании рекламных услуг
26. Понятие и предмет предпринимательского права
27. Методы и принципы предпринимательского права
28. Источники правового регулирования
29. Понятие юридического лица, его признаки
30. Порядок создания юридического лица
31. Реорганизация юридического лица
32. Ликвидация юридического лица
33. Классификация организационно-правовых форм деятельности
34. Особенности индивидуального предпринимателя как вида коммерческой организации
35. Особенности общества с ограниченной ответственностью как вида коммерческой организации
36. Особенности индивидуального предпринимателя как вида коммерческой организации
37. Особенности непубличных организаций как вида коммерческой организации
38. Особенности публичных организаций как вида коммерческой организации
39. Виды и особенности некоммерческих организаций
40. Понятие сделки, ее формы и классификация
41. Недействительные и действительные сделки

42. Реальные и консенсуальные сделки
42. Понятие гражданского договора и его виды.
43. Условия гражданского договора
44. Порядок заключения договора, его изменение и расторжение
45. Понятие и предмет трудового права. Стороны трудовых правоотношений.
46. Права и обязанности работодателя
47. Права и обязанности работника.
- 48.. Трудовой договор, существенные и дополнительные условия.
49. Порядок заключения и расторжения трудового договора.
50. Рабочее время и время отдыха.
- 51 Материальная ответственность работника и работодателя
52. Защита прав потребителей при продаже товаров потребителям
53. Конституционные гарантии свободы массовой информации в РФ
54. Свобода информации и конфиденциальные сведения
55. Размещение рекламы в периодических изданиях
56. Особенности авторского права
57. Объекты авторского права
58. Срок действия авторских прав
59. Наследование авторских прав
60. Лицензионный договор
61. Договор об отчуждении исключительного права на произведение.
62. Понятие интеллектуальной собственности, перечень объектов интеллектуальной собственности
63. Защита авторских прав
64. Авторское право в рекламе
65. Понятие прав, смежных с авторскими
- 66 Использование результатов интеллектуальной деятельности

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Блюм, М. А. Маркетинг рекламы: учебное пособие / М. А. Блюм, Б. И. Герасимов, Н. В. Молоткова. — 2-е изд. — Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2019. — 144 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-00091-692-6. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1125624>
2. Румынина В. В. Правовое обеспечение профессиональной деятельности: учебник для студ. СПО / В. В. Румынина. — М.: Издательский центр «Академия», 2018. — 192 с
3. Керимова Ч. В. Учетно- аналитическое обеспечение разработки реализации рекламных проектов / Ч. В. Керимова. —М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2018. — 218 с. - ISBN 978-5-394-02322-4 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=514528>
4. Аббасов И.Б. Основы трехмерного моделирования в графической системе3dsMax2018:учебное пособие / И.Б. Аббасов. - 3-е изд. -Москва: ДМК Пресс, 2018. - 186с. - Режим доступа. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/1028139>
5. Левкина А. В. Фотодело: Учебное пособие / А. В. Левкина. - М.: Альфа-М, НИЦИНФРА - 2018. – 319 с. -(ПРОФИЛЬ) (Переплёт) ISBN978-5-98281- 319-0 -Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/809827>
6. Минаева О. Е. Программы Adobe: основы программы InDesign: курс лекций / О. Е. Минаева, Л. И. Миронова. - Москва: ФГОУСПО "МИПК им. И. Федорова" - 2018. – 88 с. – Режим доступа. -URL:<http://znanium.com/catalog/product/1039223>

Дополнительные источники:

1. Барышев А. Ф., Маркетинг: учебник/ А. Ф. Барышев. - 8-е изд., испр. - Москва: Академия, 2019. – 223 с.
2. Герасимов Б. И., Виды и средства распространения рекламы: учебное пособие / Б. И. Герасимов, Н. В. Молоткова, М. А. Блюм. — Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2019. — 128 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-00091-611-7. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1843719>
3. Джефкинс Ф.Е, Реклама: учеб. пособие для СПО / Ф. Е. Джефкинс; под ред. Б. Л. Еремина. - Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2018. - 543 с. - ISBN 978-5-238-00362-7. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1027287>
4. Эйнштейн С. М. Реклама под прикрытием. Нативная реклама, контент-маркетинг и тайный мир продвижения в интернете / С. М. Эйнштейн - М.: Альпина Паблишер, 2018. - 301 с. ISBN 978-5-9614-6243-2. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1003009>
5. Щербаков С. П., Партизанский маркетинг в социальных сетях. Инструкция по эксплуатации SMM-менеджера: практическое руководство / С. П. Щербаков. - 2-е изд. - Санкт-Петербург: Питер, 2018. - 320 с. - (Серия «Деловой бестселлер»). - ISBN 978-5-496-03019-9. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1789508>

Интернет-ресурсы:

1. Справочно-правовая система РФ «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>

**ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ, ВНЕСЕННЫХ В КОС
ПМ.03 МАРКЕТИНГОВОЕ И ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ РЕАЛИЗАЦИИ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА**

Учебный год	Вид изменений (объём времени, порядок освоения УД и ПМ и т.п.)	В какой документ ППССЗ вносятся изменения	Конкретное содержание изменений	Экспертное суждение о необходимости и целесообразности внесения изменений	Подпись председателя ЦК/ представителей работодателей
2021-2022	Включение планируемых личностных результатов (ЛР)	КОС	Включение следующих планируемых результатов: ПМ.03 Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта ЛР 3,7,10,13-19, согласно Рабочей программы воспитания 42.02.01 Реклама	Приказ Минпросвещения России № П-7 от 27.01.2022	