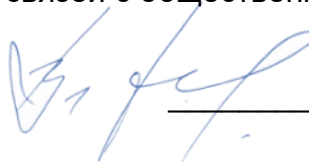


МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
связей с общественностью, рекламы и дизайна
факультета журналистики



д.ф.н. Тулупов В.В.

28.06.2021 г.

ПМ.01 «РАЗРАБОТКА И СОЗДАНИЕ ДИЗАЙНА РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ»

ПП 01.01 Разработка и создание дизайна рекламного продукта

1. Код и наименование направления подготовки/специальности: 42.02.01 «Реклама»
2. Профиль подготовки/специализация: гуманитарный
3. Квалификация (степень) выпускника: среднее профессиональное образование
4. Форма обучения: очная
5. Кафедра, отвечающая за реализацию практики: кафедра связей с общественностью, рекламы и дизайна факультета журналистики ВГУ
6. Составители программы: Осенкова Т.А. преп., к.ф.н., Чаплыгина Е.А., преп.
7. Рекомендована: НМС факультета журналистики от 20.05.2021 г., Протокол №8

8. Учебный год: 2022/ 2023

Семестр(ы): 4

9. Цель практики:

Цель производственной практики: формирование у обучающегося общих и профессиональных компетенций в рамках профессионального модуля; приобретение практического опыта в условиях работы на рекламных предприятиях.

Задачи практики:

Для реализации поставленной цели обучающийся должен:

иметь практический опыт:

- выбора художественной формы реализации рекламной идеи;
- создания визуального образа с рекламными функциями;
- художественного конструирования рекламных продуктов по заданию;

уметь:

- осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги;
- разрабатывать композиционное решение рекламного продукта;
- использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы;
- составлять рекламные тексты;

знать:

- выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы;
- приемы и принципы составления рекламного текста;
- композицию, шрифтовую и художественную графики в рекламе;
- методы проектирования рекламного продукта.

10. Место практики в структуре ОПОП по ППССЗ:

Программа производственной практики является составной частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО специальности 42.02.01 Реклама Квалификация Специалист по рекламе и вида профессиональной деятельности (ВПД): «Разработка и создание дизайна рекламной продукции».

11. Вид практики, способ и форма ее проведения

Вид практики: производственная

Способ проведения практики: реализуется частично в форме практической подготовки (ПП).

Формат проведения практики: концентрированно

12. Планируемые результаты обучения при прохождении практики (компетенции, приобретаемый практический опыт, знания и умения), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями выпускников):

Компетенция		Планируемые результаты обучения
Код	Название	
ОК 2	Организовывать собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и	<p>знать: выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы;</p> <p>уметь: разрабатывать композиционное решение рекламного продукта;</p>

	качество.	
ОК 4	Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	знать: приемы и принципы составления рекламного текста; композицию, шрифтовую и художественную графики в рекламе; уметь: собирать необходимую информацию для разработки дизайна рекламной продукции.
ОК 5	Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности.	знать: основные графические редакторы, используемые для разработки дизайна рекламной продукции; иметь практические навыки: работы в графических редакторах.
ОК 6	Работать в коллективе и команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	иметь практический опыт: художественного конструирования рекламных продуктов по заданию; уметь: осуществлять разработку технического задания, эскизного проекта, технической документации.
ОК 9	Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности.	уметь: пользоваться программным обеспечением для осуществления профессиональной деятельности.
ПК 1.1	Осуществлять поиск рекламных идей.	уметь: осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта знать: выразительные и художественно-образительные средства рекламы; методы проектирования рекламного продукта; методы психологического воздействия на потребителя. иметь практический опыт: проектирования рекламного продукта и психологического воздействия на потребителя.
ПК 1.2.	Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.	уметь: осуществлять поиск различных решений при художественном эскизировании и выборе оптимальных изобразительных средств рекламы знать: выразительные и художественно-образительные средства рекламы; композицию, шрифтовую и художественные графики в рекламе. иметь практический опыт: художественно-образительного эскизирования.
ПК 1.3.	Разрабатывать авторские рекламные проекты.	уметь: осуществлять разработку технического задания, эскизного проекта, технической документации. знать: поэтапную специфику разработки авторского рекламного проекта; правила составления технической

		документации для реализации авторского проекта в иметь практический опыт: реализации авторского рекламного продукта
ПК 1.4.	Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.	уметь: создавать рекламные тексты в соответствии с правилами копирайтинга. знать: основные правила и приемы составления рекламных текстов иметь практический опыт копирайтинга
ПК 1.5.	Создавать визуальные образы с рекламными функциями.	уметь: осуществлять разработку визуальных образов с учетом рекламной стратегии. знать: психологические аспекты рекламы; приемы создания рекламных визуальных образов. иметь практический опыт: создания визуальных образов в рекламе.

13. Объем практики (в соответствии с учебным планом)

Общая трудоемкость учебной/производственной практики составляет: 3 недели / 108 часов.

Формы промежуточной аттестации (по итогам практики) зачет с оценкой

14. Виды учебной работы

Вид учебной работы	Трудоемкость		
	Всего	По семестрам	
		4 семестр	
		часы	часы практической подготовки
Всего часов			
в том числе:			
Лекционные занятия (контактная работа)	0	0	0
Практические занятия (контактная работа)	4	4	
Самостоятельная работа (в т.ч. подготовка отчетных документов)	98	98	98
Защита практики	6		
Форма промежуточной аттестации <i>Зачет с оценкой</i>			
Итого:	108	102	98

15. Содержание практики¹

п/п	Разделы (этапы) практики	Содержание раздела
1.	Подготовительный (организационный)	Формулировка задач. Составление окончательного индивидуального плана работы обучающегося на время прохождения практики. Согласование.

2.	Основной (экспериментальный, полевой, исследовательский и т.д.)*	Выполнение практических задач – Осуществление поиска идеи рекламного продукта. Разработка композиционного решение рекламного продукта (текстура, фактура, рельеф, объем как средства гармонизаций в композиции). Осуществление художественного эскизирования и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.
3.	Заключительный*	Анализ полученных результатов. Подготовка отчета по практике: написание и оформление отчета, подготовка презентации к докладу по результатам практики.
	Аттестационный	Защита отчета по практике. Подведение итогов практики.

¹ При реализации практики частично в форме практической подготовки необходимо отметить (*) отдельные виды учебной работы, реализуемые в форме практической подготовки.

Содержание производственной практики

Код ПК	Производственная практика					
	Наименование ПК	Виды работ, обеспечивающие формирование ПК	Объем часов	Уровень освоения	Формат практики (рассредоточенно, концентрированно), базы практики	Показатели освоения ПК
ПК 1.1.	Осуществлять поиск рекламных идей.	- осуществление поиска различных решений при создании рекламного продукта; - разработка композиционного решения рекламного продукта; - использование методов проектирования рекламного продукта.	10	продуктивный	концентрированно, работа на рекламном предприятии (в соответствии с приказом о направлении на практику)	Грамотное выполнение всех предусмотренных видов работ.
ПК 1.2	Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы.	- владение основными принципами художественного эскизирования; - владение основными приемами композиции, шрифтовой и художественной графики в рекламе	10	продуктивный	концентрированно, работа на рекламном предприятии (в соответствии с приказом о направлении на практику)	Грамотное выполнение всех предусмотренных видов работ.
ПК 1.3	Разрабатывать авторские рекламные проекты.	- осуществление поиска различных решений при создании рекламного продукта; - умение разрабатывать композиционное решение рекламного продукта.	36	продуктивный	концентрированно, работа на рекламном предприятии(в соответствии с приказом о направлении на практику)	Грамотное выполнение всех предусмотренных видов работ.
ПК 1.4	Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.	-владение основными принципами и приемами составления рекламных текстов; - владение основными принципами оформления рекламных объявлений.	30	продуктивный	концентрированно, работа на рекламном предприятии(в соответствии с приказом о направлении на практику)	Грамотное выполнение всех предусмотренных видов работ.
ПК 1.5	Создавать визуальные образы с рекламными функциями.	- выполнение художественного конструирования рекламных продуктов по заданию; - владение методами психологического воздействия на потребителя; -	12	продуктивный	концентрированно, работа на рекламном предприятии(в соответствии с приказом о направлении на практику)	Грамотное выполнение всех предусмотренных видов работ.

Объем часов (*) определяется по каждой позиции столбцов 4 и 9.

Уровень освоения (**) проставляется напротив каждого вида работ в столбцах 6 и 10.

Для характеристики уровня освоения вида работ используются следующие обозначения:

2 - репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством);

3 – продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач).

16. Перечень учебной литературы, ресурсов сети «Интернет», необходимых для прохождения практики (список литературы оформляется в соответствии с требованиями ГОСТ и используется общая сквозная нумерация для всех видов источников)

а) основная литература:

№ п/п	Источник
1.	Программа практики по профилю специальности. Учебно-методическое пособие для студентов СПО факультета журналистики, ВГУ; сост. : С.И. Окс, Е.В. Маслова // Воронеж: 2016. - 60 с
2.	Крайнов, Г. Н. Технология подготовки и реализации кампании по рекламе и связям с общественностью : учебное пособие / Г. Н. Крайнов. — Санкт-Петербург : Лань, 2020. — 372 с. — ISBN 978-5-8114-5733-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/146809 (дата обращения: 13.02.2023).

б) дополнительная литература:

№ п/п	Источник
1.	Зубков, С. А. Государственное и общественное регулирование в сфере рекламы и связей с общественностью : учебное пособие / С. А. Зубков. — Санкт-Петербург : Лань, 2020. — 152 с. — ISBN 978-5-8114-5975-9. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/146913 (дата обращения: 13.02.2021).
2.	Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг / Ф.И. Шарков. – Москва: Дашков и К°, 2020. – 324 с. – Режим доступа: URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116042

в) информационные электронно-образовательные ресурсы (официальные ресурсы интернет)*:

№ п/п	Ресурс
1.	Электронный образовательный портал ВГУ. – Электронный курс ПМ 01 РАЗРАБОТКА И СОЗДАНИЕ ДИЗАЙНА РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ. - https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=8372

* Вначале указываются ЭБС, с которыми имеются договоры у ВГУ, затем открытые электронно-образовательные ресурсы

17. Информационные технологии, используемые при проведении практики, включая программное обеспечение и информационно-справочные системы (при необходимости)

При реализации практики используются различные типы занятий, могут применяться дистанционные образовательные технологии в части освоения лекционного и практического материала, проведения текущей аттестации и промежуточной аттестации, самостоятельной работы.

Практика проводится в форме контактной и самостоятельной работы. Рекомендации обучающимся: во время прохождения практики необходимо вести дневник практики, фиксируя ход и результаты деятельности.

Дистанционные образовательные технологии использованы в виде электронного курса ПМ 01 РАЗРАБОТКА И СОЗДАНИЕ ДИЗАЙНА РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ– Электронный университет ВГУ. <https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=8372>

18. Материально-техническое обеспечение практики:

Аудитории для проведения занятий семинарского типа, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор BenQ, экран настенный CS 244*244; переносной ноутбук 15*Packard Bell. Программное обеспечение: WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acdmc; OfficeSTD 2013 RUS OLP NL Acdmc; неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite, комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite + Центр управления на 12 месяцев, 1400 ПК (Продление).

Аудитории для самостоятельной работы студентов. Используются компьютерные классы: ауд. 115 (Воронеж, ул. Хользунова, 40-а). Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор BenQ MX511; экран настенный CS 244*244; интерактивная доска Promethean, ПК (i5/4Gb/HDD 1Tb) (11 шт.); ауд. 126 (Воронеж, ул. Хользунова, 40-а). Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор BenQ MX511; ПК (Razer 5/4Gb/1Tb) (10 шт.); экран настенный CS 244*244, интерактивная доска Promethean.

Программное обеспечение: WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acdmc; OfficeSTD 2013 RUS OLP NL Acdmc; неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite, комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite + Центр управления на 12 месяцев, 1400 ПК (Продление); СПС «ГАРАНТ-Образование». Свободный доступ в интернет.

19. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике:

19.1. Перечень компетенций с указанием этапов формирования и планируемых результатов обучения

Код и содержание компетенции (или ее части)	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенции посредством формирования знаний, умений, навыков)	Этапы формирования компетенции (разделы (этапы) практики)
ОК 2 Организовывать собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных	<p>знать: выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы;</p> <p>уметь: разрабатывать композиционное решение рекламного продукта;</p>	<p>Практические работы. Отчет по учебной и производственной практике. Самостоятельная работа.</p>

задач, оценивать их эффективность и качество.		
ОК 4 Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	знать: приемы и принципы составления рекламного текста; композицию, шрифтовую и художественную графики в рекламе;	Практические работы. Отчет по учебной и производственной практике. Самостоятельная работа.
	уметь: собирать необходимую информацию для разработки дизайна рекламной продукции.	
ОК 5 Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности.	знать: основные графические редакторы, используемые для разработки дизайна рекламной продукции;	Практические работы. Отчет по учебной и производственной практике. Самостоятельная работа.
	владеть: навыками работы в графических редакторах.	
ОК 6 Работать в коллективе и команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	владеть: приемами художественного конструирования рекламных продуктов по заданию;	Практические работы. Отчет по учебной и производственной практике. Самостоятельная работа.
	уметь: осуществлять разработку технического задания, эскизного проекта, технической документации.	
ОК 9 Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности.	уметь: пользоваться программным обеспечением для осуществления профессиональной деятельности.	Практические работы. Отчет по учебной и производственной практике. Самостоятельная работа.
ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей.	уметь: осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта	Практические работы. Отчет по учебной и производственной практике. Самостоятельная работа.

	<p>знать: выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы; методы проектирования рекламного продукта; методы психологического воздействия на потребителя.</p>	<p>Практические работы. Отчет по учебной и производственной практике. Самостоятельная работа.</p>
	<p>владеть: основными методами по проектированию рекламного продукта и психологического воздействия на потребителя.</p>	<p>Практические работы. Отчет по учебной и производственной практике. Самостоятельная работа.</p>
ПК 1.2. Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы	<p>уметь: осуществлять поиск различных решений при художественном эскизировании и выборе оптимальных изобразительных средств рекламы</p>	<p>Практические работы. Отчет по учебной и производственной практике. Самостоятельная работа.</p>
	<p>знать: выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы; композицию, шрифтовую и художественные графики в рекламе.</p>	<p>Практические работы. Отчет по учебной и производственной практике. Самостоятельная работа.</p>
	<p>владеть: основными методами по художественному-изобразительному эскизированию.</p>	<p>Практические работы. Отчет по учебной и производственной практике. Самостоятельная работа.</p>
ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты	<p>уметь: осуществлять разработку технического задания, эскизного проекта, технической документации.</p>	<p>Практические работы. Отчет по учебной и производственной практике. Самостоятельная работа.</p>
	<p>знать: поэтапную специфику разработки авторского рекламного проекта; правила составления технической документации для реализации авторского проекта</p>	<p>Практические работы. Отчет по учебной и производственной практике. Самостоятельная работа.</p>
	<p>владеть: основными методами реализации авторского рекламного</p>	<p>Практические работы. Отчет по</p>

	продукта	учебной и производственной практике. Самостоятельная работа.
ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений	уметь: создавать рекламные тексты в соответствии с правилами копирайтинга.	Практические работы. Отчет по учебной и производственной практике. Самостоятельная работа.
	знать: основные правила и приемы составления рекламных текстов	Практические работы. Отчет по учебной и производственной практике. Самостоятельная работа.
	владеть приемами по копирайтингу	Практические работы. Отчет по учебной и производственной практике. Самостоятельная работа.
ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями	уметь: осуществлять разработку визуальных образов с учетом рекламной стратегии.	Практические работы. Отчет по учебной и производственной практике. Самостоятельная работа.
	знать: психологические аспекты рекламы; приемы создания рекламных визуальных образов.	Практические работы. Отчет по учебной и производственной практике. Самостоятельная работа.
	владеть: приемами по созданию визуальных образов в рекламе.	Практические работы. Отчет по учебной и производственной практике. Самостоятельная работа.
<p>Форма отчетности включает отчет, дневник, Приложение в форме творческого досье</p>		

19.2 Описание критериев и шкалы оценивания компетенций (результатов обучения) при промежуточной аттестации

Для оценки освоения **профессиональных компетенций** по результатам учебной практики необходимо руководствоваться следующими уровнями оценки студента:

- уровень 1 - пороговый, соответствует академической оценке «удовлетворительно»;
- уровень 2 - средний, соответствует академической оценке «хорошо»;
- уровень 3 - высокий, соответствует академической оценке «отлично».

Пороговый уровень освоения компетенций («удовлетворительно»):

Обучающийся применяет нормы оформления документов. Способен составить письменный отчет с графической интерпретацией результатов. Выполняет виды работ в установленных рамках. В отчете не представлен глубокий анализ и обобщение результатов практики.

При проведении промежуточной аттестации студент демонстрирует ограниченные навыки видения диалога. Высказываемые положения не всегда убедительны и аргументированы.

Средний уровень освоения компетенций («хорошо»):

Обучающийся применяет нормы оформления документов. Выполняет виды работ в установленных рамках. Способен провести наблюдение, анализ и обобщение результатов и сделать выводы по результатам учебной практики. Умеет составить письменный отчет с графической интерпретацией результатов с использованием специализированных программных продуктов.

При проведении промежуточной аттестации студент демонстрирует достаточные навыки ведения диалога аргументация убедительна, уровень понимания результатов, полученных на практике, достаточно высок.

Высокий уровень освоения компетенций («отлично»):

Обучающийся применяет нормы оформления документов. Выполняет виды работ в установленных рамках. Способен провести наблюдение, анализ и обобщение результатов и сделать выводы по результатам учебной практики, предложить мероприятия по внедрению результатов практики по месту прохождения, умеет составить письменный отчет с графической интерпретацией результатов с использованием специализированных программных продуктов и презентацию в формате PowerPoint или другом.

Студент свободно ведет диалог, проявляет при этом инициативу и уверенность. Уровень понимания излагаемого материала свидетельствует о возможности самостоятельной работы на участке прохождения практики.

ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей.

Уровень освоения компетенции	Результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения
Пороговый	<p>Обучающийся должен уметь:</p> <p>осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта</p> <p>знать:</p> <p>выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы;</p>	<p>Допускает единичные ошибки в определениях, нормах, методах, классификациях и основных понятиях.</p> <p>Способен применять только типичные, наиболее часто встречающиеся приемы по конкретной сформулированной задаче.</p> <p>Знает основные методы проектирования рекламного продукта.</p> <p>Способен применять теоретические знания к конкретному фактическому материалу.</p>
Средний	<p>методы проектирования рекламного продукта; методы психологического воздействия на потребителя.</p>	<p>Знает основные источники информации, нормативные документы, может найти основные понятия и категории по заданной тематике.</p> <p>В большинстве случаев способен выявить и применить требуемый метод/классификацию для решения поставленной задачи.</p> <p>Владеет основными методами проектирования рекламного продукта; знает выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы; методы проектирования рекламного продукта; методы психологического воздействия на потребителя.</p> <p>Затрудняется в решении сложных, неординарных проблем</p>

<p>Высокий</p>		<p>Свободно оперирует основными понятиями, терминами, нормами, методами, классификациями.</p> <p>Знает критерии эффективности решения поставленной задачи.</p> <p>Умеет выбрать эффективные приемы решения поставленной профессиональной задачи.</p> <p>Владеет основными методами по проектированию рекламного продукта и психологического воздействия на потребителя.</p> <p>Способен решать сложные, неординарных задачи.</p>
----------------	--	--

ПК 1.2. Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы

<p>Уровень освоения компетенции</p>	<p>Результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)</p>	<p>Критерии оценивания результатов обучения</p>
<p>Пороговый</p>	<p>Обучающийся должен уметь: осуществлять поиск различных решений при художественном эскизировании и выборе оптимальных изобразительных средств рекламы знать: выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы; композицию, шрифтовую и художественные графики в рекламе.</p>	<p>Допускает единичные ошибки в определениях, нормах, методах, классификациях и основных понятиях.</p> <p>Способен применять только типичные, наиболее часто встречающиеся приемы по конкретной сформулированной задаче.</p> <p>Знает основные приемы художественного эскизирования.</p> <p>Способен применять теоретические знания к конкретному фактическому материалу.</p>

Средний		<p>Владеет основными методами художественного эскизирования; знает выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы; методы проектирования рекламного продукта.</p> <p>Затрудняется в решении сложных, неординарных проблем</p>
Высокий		<p>Свободно оперирует основными понятиями, терминами, нормами, методами, классификациями. Умеет выбрать эффективные приемы решения поставленной профессиональной задачи. Владеет основными методами по художественному-изобразительному эскизированию. Способен решать сложные, неординарные задачи.</p>

ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты

Уровень освоения компетенции	Результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения
Пороговый	Обучающийся должен уметь: осуществлять разработку технического задания, эскизного проекта, технической документации. знать: поэтапную специфику разработки авторского рекламного проекта; правила составления технической документации для реализации авторского проекта	<p>Допускает единичные ошибки в определениях, нормах, методах, классификациях и основных понятиях.</p> <p>Способен применять только типичные, наиболее часто встречающиеся приемы по конкретной сформулированной задаче.</p> <p>Знает основные этапы реализации рекламного авторского проекта.</p>
Средний		<p>Владеет на хорошем уровне основными методами реализации авторского рекламного продукта.</p> <p>Затрудняется в решении сложных, неординарных проблем</p>
Высокий		<p>Свободно оперирует основными понятиями, терминами, нормами, методами, классификациями.</p> <p>Умеет выбрать эффективные приемы решения поставленной профессиональной задачи.</p> <p>Отлично владеет основными методами реализации авторского рекламного продукта.</p> <p>Способен решать сложные, неординарные задачи.</p>

ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений

Уровень освоения компетенции	Результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения
Пороговый	Обучающийся должен уметь: создавать рекламные тексты в соответствии с правилами копирайтинга.	Допускает единичные ошибки в определениях, правилах, основных понятиях. Способен применять только типичные, наиболее часто встречающиеся приемы.
Средний	знать: основные правила и приемы составления рекламных текстов	Владеет на хорошем уровне основными приемами создания рекламных текстов. Затрудняется в решении сложных, неординарных проблем
Высокий		Свободно оперирует основными понятиями, терминами, методами. Умеет выбрать эффективные приемы решения поставленной профессиональной задачи. Отлично владеет приемами по копирайтингу. Способен решать сложные, неординарные задачи.

ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями

Уровень освоения компетенции	Результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения
Пороговый	Обучающийся должен уметь: осуществлять разработку визуальных образов с учетом рекламной стратегии. знать: психологические аспекты рекламы; приемы создания рекламных визуальных образов.	Допускает единичные ошибки в определениях, нормах, методах, классификациях и основных понятиях. Способен применять только типичные, наиболее часто встречающиеся приемы по конкретной сформулированной задаче.
Средний		Владеет на хорошем уровне основными приемами по созданию визуальных образов в рекламе. Затрудняется в решении сложных, неординарных проблем
Высокий		Свободно оперирует основными понятиями, терминами, нормами, методами, классификациями. Умеет выбрать эффективные приемы решения поставленной профессиональной задачи. Отлично владеет приемами по созданию визуальных образов в рекламе. Способен решать сложные, неординарные задачи.

19.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки компетенций, приобретаемого практического опыта, знаний и умений, характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

19.2.1 Тестовые задания. Данные задания рекомендуются для включения в состав фонда оценочных средств для проверки остаточных знаний по компетенции

Тестовые задания с вариантом ответа:

1. Выберите правильный вариант ответа:

Дизайн среды – это:

А. художественно-проектная деятельность, основным средством которой служит графика;

А. проектная деятельность, имеющая целью создание образцов изделий функционального назначения, изготавливаемых промышленными методами;

В. формирование (проектирование и реализации) средовых объектов и систем; представление об облике, стилевых или образных характеристиках средового объекта или системы

С. нет правильного ответа

2. Выберите правильный вариант ответа:

«Стилизация» в композиции - это:

Д. превращение объемной формы в плоскостную

Е. обобщение и изображение формы без второстепенных элементов

Ф. усложнение формы, добавление деталей, отсутствующих в натуре

Г. верного ответа нет

3. Выберите правильный вариант ответа:

Многokrатно сфальцованные издания (т.е. сложенное "в гармошку"), посвященные одной фирме, или товарам, где принято вместе с рекламным текстом помещать фотографии и короткие биографии первых лиц фирмы, называть её спонсорские и благотворительные акции, раскрывать участие в международных ярмарках и выставках:

Н. афиши;

И. буклеты;

Ж. каталоги;

К. рекламные листовки;

4. Выберите правильный вариант ответа:

Какому требованию не отвечает название мебельной фирмы "Ангстрем":

Л. адекватности

М. удобопроизносимости

Н. краткости

О. функциональности

5. Выберите правильный вариант ответа:

Чтобы подготовить фото для печати, нужно:

Р. понизить разрешение фотографии до 72dpi

Q. понизить разрешение фотографии до 95dpi

R. повысить разрешение фотографии до 150dpi

S. повысить разрешение фотографии до 250-300dpi

Тестовые задания повышенной сложности:

1. Процесс поиска такой рыночной позиции для компании, продукта или услуги, которая будет выгодно отличать ее (его) от положения конкурентов. Осуществляется с учетом конкретной целевой группы потребителей, для которой создаются и предлагаются преимущества и уникальность.

Ответ: позиционирование

2. Для изображения невидимых элементов на чертеже используют...

Ответ: пунктирную линию

3. Обозначение, служащее для индивидуализации товаров и услуг.

Ответ: айдентика

4. Какой троп использован в слогане?

Мягкие цены -- пушистое качество (меховой салон)

Ответ: эпитет

5. Какой троп использован в слогане?

Swarovski. Чистые, как любовь.

Ответ: сравнение

6.

Назовите креативный приём, использованный в рекламном сообщении



Ответ: визуальная метафора

Мини-кейсы:

1. **Опишите** корпоративного героя для Воронежского краеведческого музея. Дайте обоснование.

Ответ: 5 баллов - ответ не банальный. корпоративный герой связан с какой-то легендой или историей, ассоциируется с музеем.

2 балла - неоригинальное предложения, но обоснование есть. Ответ без обоснования.

0 баллов - герой тривиальный, обоснования нет

2. Описать буклет как вид полиграфической рекламной продукции.

Ответ: Издание в виде одного листа печатного материала, сфальцованного любым способом в два или более сгибов. Несколько видов буклетов в зависимости от фальцовки. Бывают также информационными, пригласительными, акционными, образовательными

3. Контроль качества дизайн продукта. Опишите процесс и необходимые этапы.

Ответ:

После того как дизайнер передал все материалы в разработку он не должен бросать продукт над которым работал. Через какое-то время когда разработчик реализовал в хотя бы один сценарий, дизайнер обязательно проверяет его и смотрит что там работает хорошо, а что не очень, то есть что пошло не так. И обсуждает с разработчиком реализацию именно первичной идеи.

4. Разработайте нейм и слоган для линейки лимонадов из овощей. Дайте обоснование. Стоимость лимонада 80- 100 рублей за 0,5 литра.

Ответ: 5 баллов - ответ не банальный. Есть качественное обоснование.

2 балла - не оригинальное предложения, но обоснование есть. Ответ без обоснования.

0 баллов – номинация не отвечает требованиям компании, обоснования нет

5. Разработайте нейм и слоган для бренда, выпускающего готовые продуктовые наборы для приготовления популярных блюд (окрошка, борщ, плов). Дайте обоснование. Продукция рассчитана на широкую аудиторию. Планируется реализация через крупных ретейлеров.

Ответ:

5 баллов - ответ не банальный. Есть качественное обоснование.

2 балла - не оригинальное предложение, но обоснование есть. Ответ без обоснования.

0 баллов - номинация не отвечает требованиям компании, обоснования нет

6. Разработайте нейм и слоган сети фитнес-клубов для ленивых. Дайте обоснование. Фитнес-клуб для ленивых предполагает упор на различные оздоровительные программы и тренировки самого базового типа с минимальными телодвижениями и дальнейшим переходом на более активный уровень. Консультации психологов и диетологов. Задача фитнес-клуба мягко и без стресса погрузить клиента в мир фитнеса, настроить его на ЗОЖ.

Ответ:

5 баллов - ответ не банальный. Есть качественное обоснование.

2 балла - не оригинальное предложения, но обоснование есть. Ответ без обоснования.

0 баллов - номинация не отвечает требованиям компании, обоснования нет

7. «Веточка» – компания, имеющая 2 направления деятельности: оптово-розничная торговля комнатными растениями и услуги по флористике. Организация более 10 лет является одним из лидеров по продаже растений в Черноземье, второе направление возникло недавно. Социальные сети компании наполнялись контентом стихийно. Сейчас владелец решил систематизировать SMM-коммуникации. Придумайте 5 типов контента для страницы компании в социальной сети «ВКонтакте».

Ответ: возможны, например, такие варианты: краткая видеоинструкция по уходу за конкретным видом растения; «история» с выполненным проектом по флористике; текстовый пост с актуальным сезонным советом по уходу за растениями; пост с иллюстрациями на тему правильного освещения для различных растений в квартире; конкурс для подписчиков на самую оригинальную коллекцию домашних растений и т.п.

19.2.2 Перечень практических заданий (определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью)

1. Разработать дизайн фирменного символа и логотипа обувной фабрики.
2. Разработать дизайн фирменного символа и логотип торговой сети «Цветы».
3. Разработать дизайн фирменного символа и логотип общественной организации «Книголюб».
4. Создать фирменный символ и логотип студенческого Интернет-кафе.
5. Выполнить композицию, состоящую из 3-х шрифтовых блоков: заголовок, основной текст, дополнительная информация. Определить систему соподчинения, формат. На тему «Студенческая весна».
6. Выполнить композицию, состоящую из 3-х шрифтовых блоков: заголовок, основной текст, дополнительная информация. Определить систему соподчинения, формат. На тему «День открытых дверей».
7. Выполнить композицию, состоящую из 3-х шрифтовых блоков: заголовок, основной текст, дополнительная информация. Определить систему соподчинения, формат. На тему «Молодежь за здоровый образ жизни».
8. Создать макет рекламного модуля для размещения в прессе на тему: «Автомобили» с применением закона контраста.
9. Разработать макет шрифтового оформления рекламы бытовой техники.
10. Создать макет рекламного модуля парикмахерских услуг для размещения в прессе.

19.2.3 Содержание (структура) отчета и дневника практики

Структура отчета и дневника практики приведена в положении о практической подготовке по программе подготовки специалистов среднего звена (ППССЗ))

19.3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания приобретаемого практического опыта, знаний и умений, характеризующих этапы формирования компетенций.

Руководителями практики от организации и от Университета дается заключение, содержащее сведения об уровне освоения обучающимся профессиональных компетенций; формируется характеристика на обучающегося по освоению профессиональных компетенций в период прохождения практики.

Обучающимся составляется отчет, который утверждается организацией.

Обучающийся ведет дневник в течение всего времени прохождения практики.

Обучающийся в обязательном порядке прикладывает Приложение в форме творческого досье.

Результаты прохождения практики докладываются обучающимся в виде устного сообщения на заключительной конференции.

По результатам доклада с учетом характеристики руководителя и качества представленных отчетных материалов обучающемуся выставляется соответствующая оценка. Дифференцированный зачет по итогам практики выставляется обучающимся руководителем практики на основании доклада и отчетных материалов, представленных обучающимся. В последний день практики проводится экзамен по профессиональному модулю.

При оценивании используются количественные шкалы оценок. Критерии оценивания приведены выше.