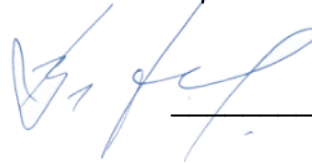


МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

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



_____ д.ф.н. Тулупов В.В.

28.06.2021 г.

**ПРОГРАММА ПРАКТИКИ ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ
ПМ.02 «ПРОИЗВОДСТВО РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ»**

ПП.02.01 Производство рекламной продукции

- 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.
- 7. Рекомендована:** НМС факультета журналистики от 20.05.2021 г., Протокол №8
- 8. Учебный год:** 2023/2024 **Семестр(ы):** 6 семестр

9. Цель практики: формирование у обучающегося общих и профессиональных компетенций в рамках профессионального модуля ПМ 02. «Производство рекламной продукции»; приобретение практического опыта в условиях работы на рекламных предприятиях.

Задачи практики:

Для реализации поставленной цели обучающийся должен:

иметь практический опыт:

выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта;
построения модели (макета, сценария) объекта с учетом выбранной технологии;
подготовки к производству рекламного продукта;
производства рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков;

уметь:

осуществлять фотосъемку для производства рекламного продукта;
осуществлять видеосъемку для производства рекламного продукта;
использовать компьютерные технологии при создании печатного рекламного продукта;
разрабатывать сценарии для съемок и монтажа рекламы;
использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки графики, аудио-, видео-, анимации;
использовать мультимедийные и web-технологии для разработки и внедрения рекламного продукта;

знать:

технику, технологии и технические средства фотосъемки в рекламе;
технику, технологии и технические средства видеосъемки в рекламе;
технические и программные средства для создания печатного рекламного продукта;
технические и программные средства для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации;
технологии создания Интернет-рекламы;
аппаратное и программное обеспечение.

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: «Производство 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 1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	<p>знать: технику, технологии и технические средства видеосъемки в рекламе;</p> <p>уметь: использовать мультимедийные и web-технологии для разработки и внедрения рекламного продукта;</p>
ОК 2	Организовывать собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	<p>знать: технические и программные средства для создания печатного рекламного продукта;</p> <p>иметь практический опыт: построения модели (макета, сценария) объекта с учетом выбранной технологии;</p>
ОК 3	Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях.	<p>знать: технические и программные средства для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации;</p> <p>уметь: использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки графики, аудио-, видео-, анимации;</p>
ОК 4	Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	<p>знать: технологию создания Интернет-рекламы;</p> <p>уметь: разрабатывать сценарии для съемок и монтажа рекламы;</p>
ОК 5	Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности.	<p>знать: аппаратное и программное обеспечение</p> <p>уметь: : использовать компьютерные технологии при создании печатного рекламного продукта;</p> <p>иметь практический опыт: подготовки к производству рекламного продукта;</p>
ОК 6	Работать в коллективе и команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться	<p>Иметь практический опыт: работы в коллективе и команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителям;</p> <p>Знать: основы тайм-менеджмента</p>

	с коллегами, руководством, потребителями.	
ОК 7	Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за результат выполнения заданий.	Уметь: организовать работу в команде; Иметь практические навыки: контроля за работой коллектива
ОК 8	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	Уметь: находить корректные и актуальные источники информации
ОК 9	Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности.	Иметь практический опыт: работы с профессиональным программным обеспечением.
ОК 10	Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.	Знать: основы предпринимательской деятельности и особенности предпринимательства в профессиональной деятельности.
ОК 11	Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.	Знать: основные экологические и коммуникативные принципы профессиональной деятельности; Уметь: корректно и этично общаться с коллегами.
ПК 2.1.	Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные	иметь практический опыт: выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта; уметь: осуществлять фотосъемку для производства рекламного

	средства и материалы.	продукта; осуществлять видеосъемку для производства рекламного продукта; использовать компьютерные технологии при создании печатного рекламного продукта; знать: технику, технологии и технические средства фотосъемки в рекламе; технику, технологии и технические средства видеосъемки в рекламе; технические и программные средства для создания печатного рекламного продукта; технические и программные средства для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации;
ПК 2.2.	Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.	Иметь практический опыт: построения модели (макета, сценария) объекта с учетом выбранной технологии; подготовки к производству рекламного продукта; уметь: разрабатывать сценарии для съемок и монтажа рекламы; использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки графики, аудио-, видео-, анимации; знать: технологию создания Интернет-рекламы; аппаратное и программное обеспечение.
ПК 2.3.	Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.	Иметь практический опыт: производства рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков; Уметь: использовать мультимедийные и web-технологии для разработки и внедрения рекламного продукта;

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)	2	2	0
Самостоятельная работа (в т.ч. подготовка отчетных документов)	100	100	100
Защита практики	6		
Форма промежуточной аттестации Зачет с оценкой			
Итого:	108	102	100

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.
4	Аттестационный	Защита отчета по практике. Подведение итогов практики.

¹ При реализации практики частично в форме практической подготовки необходимо отметить

Содержание учебной / производственной практик

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 2.1.	Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.	Осуществление фотосъемки для производства рекламного продукта; использование техники и технических средств фотосъемки в рекламе; использование технических и программных средств для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации	36	репродуктивный	концентрированно, работа на рекламном предприятии	Верное и грамотное выполнение всех предусмотренных видов работ.
ПК 2.2	Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.	использование профессиональных пакетов программного обеспечения для создания макетов; создание сценария с учетом аспектов психологического воздействия; разработка сценария для съемок и монтажа рекламы	36	репродуктивный	концентрированно, работа на рекламном предприятии	Верное и грамотное выполнение всех предусмотренных видов работ.

ПК 2.3	Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.	использование технических и программных средств для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации; осуществление аппаратного и программного обеспечения	36	продуктивный	концентрированно, работа на рекламном предприятии	Верное и 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: 13.02.2021).

б) дополнительная литература:

№ п/п	Источник
1.	Ткаченко Н.В. Креативная реклама: технологии проектирования / Н.В. Ткаченко, О.Н. Ткаченко; под ред. Л.М. Дмитриевой. – Москва : Юнити, 2015. – 336 с. – (Азбука рекламы). – Режим доступа: URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114422
2.	Рекламный креатив: технологии разработки : учебное пособие / Л.С. Щукина ; [Воронеж. гос. ун-т, Фак. журналистики] .— Воронеж : Факультет журналистики ВГУ, 2013 .— 188, [1] с. : табл
3.	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 02 «ПРОИЗВОДСТВО РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ». - https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=8373

* 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 02 ПРОИЗВОДСТВО РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ». – Электронный университет ВГУ. <https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=8373>

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 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	знать: технику, технологии и технические средства видеосъемки в рекламе;	Практические работы. Отчет по учебной и производственной практике. Самостоятельная работа.
	уметь: использовать мультимедийные и web-технологии для разработки и внедрения рекламного продукта;	

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	знать: технические и программные средства для создания печатного рекламного продукта;	Практические работы. Отчет по учебной и производственной практике. Самостоятельная работа.
	Владеть: навыками построения модели (макета, сценария) объекта с учетом выбранной технологии.	
ОК 3. Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях.	знать: технические и программные средства для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации;	Практические работы. Отчет по учебной и производственной практике. Самостоятельная работа.
	уметь: использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки графики, аудио-, видео-, анимации;	
ОК 4. Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	знать: технологию создания Интернет-рекламы;	Практические работы. Отчет по учебной и производственной практике. Самостоятельная работа.
	уметь: разрабатывать сценарии для съемок и монтажа рекламы;	
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности.	знать: аппаратное и программное обеспечение	Практические работы. Отчет по учебной и производственной практике. Самостоятельная работа.
	Владеть: приемами подготовки к производству рекламного продукта;	
	уметь: использовать компьютерные технологии при создании печатного рекламного продукта;	

<p>ОК 6. Работать в коллективе и команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.</p>	<p>Иметь практический опыт: работы в коллективе и команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями;</p>	<p>Практические работы. Отчет по учебной и производственной практике. Самостоятельная работа.</p>
<p>ОК 7. Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за результат выполнения заданий.</p>	<p>Знать: основы тайм-менеджмента</p> <p>Уметь: организовать работу в команде; Иметь практические навыки: контроля за работой коллектива</p>	<p>Практические работы. Отчет по учебной и производственной практике. Самостоятельная работа.</p>
<p>ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.</p>	<p>Уметь: находить корректные и актуальные источники информации</p>	<p>Практические работы. Отчет по учебной и производственной практике. Самостоятельная работа.</p>
<p>ОК 9. Быть готовым к смене технологий в профессиональной деятельности.</p>	<p>Иметь практический опыт: работы с профессиональным программным обеспечением.</p>	<p>Практические работы. Отчет по учебной и производственной практике. Самостоятельная работа.</p>
<p>ОК 10. Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.</p>	<p>Знать: основы предпринимательской деятельности и особенности предпринимательства в профессиональной деятельности.</p>	<p>Практические работы. Отчет по учебной и производственной практике. Самостоятельная работа.</p>

ОК 11. Владеть экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.	Знать: основные экологические и коммуникативные принципы профессиональной деятельности;	Практические работы. Отчет по учебной и производственной практике. Самостоятельная работа.
	Уметь: корректно и этично общаться с коллегами.	
ПК 2.1. Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы. Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.	знать: технику, технологии и технические средства фотосъемки в рекламе; технику, технологии и технические средства видеосъемки в рекламе; технические и программные средства для создания печатного рекламного продукта; технические и программные средства для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации;	Практические работы. Отчет по учебной и производственной практике. Самостоятельная работа.
	уметь: осуществлять фотосъемку для производства рекламного продукта; осуществлять видеосъемку для производства рекламного продукта; использовать компьютерные технологии при создании печатного рекламного продукта;	Практические работы. Отчет по учебной и производственной практике. Самостоятельная работа.
	иметь практический опыт: выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта;	Практические работы. Отчет по учебной и производственной практике. Самостоятельная работа.
ПК 2.2. Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале. Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы. Создавать модели	знать: технологию создания Интернет-рекламы; аппаратное и программное обеспечение.	Практические работы. Отчет по учебной и производственной практике. Самостоятельная работа.
	уметь: разрабатывать сценарии для съемок и монтажа рекламы; использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки графики, аудио-, видео-, анимации;	Практические работы. Отчет по учебной и производственной практике. Самостоятельная работа.

(макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.		работа.
	Иметь практический опыт: построения модели (макета, сценария) объекта с учетом выбранной технологии; подготовки к производству рекламного продукта;	Практические работы. Отчет по учебной и производственной практике. Самостоятельная работа.
ПК 2.3. Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.	Уметь: использовать мультимедийные и web-технологии для разработки и внедрения рекламного продукта;	Практические работы. Отчет по учебной и производственной практике. Самостоятельная работа.
	Иметь практический опыт: производства рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков;	Практические работы. Отчет по учебной и производственной практике. Самостоятельная работа.
Форма отчетности включает отчет, дневник, Приложение в форме творческого досье		

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 2.1. Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы

Уровень освоения компетенции	Результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения
-------------------------------------	--	---

<p>Пороговый</p>	<p>Обучающийся должен уметь: осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта знать: выразительные и художественно-изобразительные средства</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>
<p>Средний</p>	<p>рекламы; 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. Способен решать сложные, неординарных задачи.</p>

ПК 2.2. Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии

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

Высокий		<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. Способен решать сложные, неординарные задачи.</p>
----------------	--	---

ПК 2.3. Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале

Уровень освоения компетенции	Результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения
Пороговый	<p>Обучающийся должен</p> <p>уметь: осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта</p> <p>знать: выразительные и художественно-</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	изобразительные средства рекламы; методы проектирования рекламного продукта; методы психологического воздействия на потребителя.	Знает основные источники информации, нормативные документы, может найти основные понятия и категории по заданной тематике. В большинстве случаев способен выявить и применить требуемый метод/классификацию для решения поставленной задачи. Владеет основными методами проектирования рекламного продукта; знает выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы; методы проектирования рекламного продукта; методы психологического воздействия на потребителя. Затрудняется в решении сложных, неординарных проблем
Высокий		Свободно оперирует основными понятиями, терминами, нормами, методами, классификациями. Знает критерии эффективности решения поставленной задачи. Умеет выбрать эффективные приемы решения поставленной профессиональной задачи. Владеет основными методами по проектированию рекламного продукта и психологического воздействия на потребителя. Способен решать сложные, неординарные задачи.

19.3 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

19.3.1 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:

Размер стандартного квадратного веб-баннера?

A. 300x600

A. 728x90

B. 300x300

C. 100x100

2. Выберите правильный вариант ответа:

Как называется цветовая модель состоящая из трех основных компонентов: красного, зеленого и синего?

A. RGB

B. HSB

C. CDR

D. CMYK

3. Выберите правильный вариант ответа:

Что такое landingpage?

E. веб-страница, построенная определенным образом, основной задачей которой является сбор контактных данных целевой аудитории.

Landingpage используется для усиления эффективности рекламы.

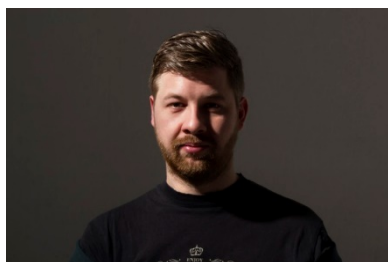
F. веб-страница, построенная определенным образом, основной задачей которой является продажа товара/услуги без какого-либо контактирования с клиентом.

G. веб-страница, построенная определенным образом, которая носит рекламный характер и выполняет только информационную функцию.

H. верного ответа нет

4. Выберите правильный вариант ответа:

Сколько источников света было использовано:



A. 1

B. 2

C. 3

D. 4

Тестовые задания повышенной сложности:

1. Какой из параметров отображается на панели свойств при выборе инструмента Прямоугольник (Rectangle)?

Ответ:

Длина и ширина

2. Формат наружной рекламы, который представляет собой отдельно стоящую двух – и трехстороннюю конструкцию с двумя же или тремя рекламными полями, как правило, имеющую внутреннюю подсветку.

Ответ: пилларс

3. Соединение готовых кадров в соответствии с авторским замыслом и композицией ролика, его музыкальной и цветовой гаммой. При этом меняется последовательность отснятых ранее кадров. В результате такого монтажа готовый ролик может резко отличаться от первоначального плана. О какой разновидности монтажа идёт речь?

Ответ: Межкадровый монтаж

Мини-кейсы:

1. Предложите и подробно 3 вида оригинальной сувенирной продукции для Воронежского Зоопарка

Ответ: 5 баллов – предложения оригинальны, соответствуют интересам ЦА, выбор обоснован

2 балла- предложения частично соответствуют интересам ЦА, выбор обоснован

0 баллов – предложения не соответствуют интересам ЦА, выбор не обоснован

2. Предложите и подробно 3 вида оригинальной сувенирной продукции для Воронежского Театра Юного Зрителя.

Ответ: 5 баллов – предложения оригинальны, соответствуют интересам ЦА, выбор обоснован

2 балла- предложения частично соответствуют интересам ЦА, выбор обоснован

0 баллов – предложения не соответствуют интересам ЦА, выбор не обоснован

3. Напишите текст аудиорекламы (с указанием интершумов и музыкального сопровождения) для воронежского кафе-кулинарии (НА ВЫБОР)

Ответ: 5 баллов – идея оригинальна, учтены особенности рекламируемого продукта

2 балла- идея не очень оригинальна или не учтены особенности рекламируемого продукта

0 баллов - идея банальна, не учтены особенности рекламируемого продукта

4.

Охарактеризуйте образцы наружной рекламы (3 шт.), используя профессиональную терминологию.





Ответ: Представлены образцы нестандартной наружной рекламы: 1. С экстендерами, 2 эмбиент медиа, 3 тизер.

5. Разработайте идею рекламного ролика для социальной рекламы, направленной против злоупотребления алкоголем.

Ответ: 5 баллов - идея оригинальна, этична, не нарушает закон О Рекламе

2 баллов - идея не оригинальна или есть какие-то нарушения

0 - баллов, ответа нет, идея полностью непригодна для использования

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

Создание рекламной продукции способом термографии;
Создание рекламной продукции с помощью ароматической полиграфии;
Создание рекламной продукции с помощью стереополиграфии;
Разработка и создание промо-сайтов новых товаров и услуг;
Создание рекламных фото каталогов ювелирных изделий;
Студийная видеосъемка рекламного видеоролика для телевизионного эфира;
Создание рекламных интернет баннеров;
Создание выставочных и рекламных промо-стендов.

19.3.2 Содержание (структура) отчета и дневника практики

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

19.4. 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.