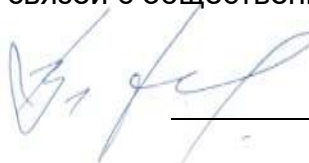


МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

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.04 «Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта»
УП 04.01 «Введение в организацию и управление процессом изготовления рекламного
продукта»

- 1. Код и наименование ППСЗ:** 42.02.01 Реклама
- 2. Профиль подготовки/специализация:** гуманитарный
- 3. Квалификация 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., ген.директор ООО «Вета-Строй» Ваделова Н.С.
- 7. Рекомендована:** НМС факультета журналистики от 20.05.2021 г., Протокол №8
- 8. Учебный год:** 2024/ 2025 **Семестр(ы):** 8

9. Цель практики:

Целью учебной практики по ПМ.04 «Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта» является формирование у обучающихся первичных практических умений, приобретение первоначального практического опыта деятельности в рамках профессиональных модуля; формирование у студентов представления о принципах организации и управления процессом изготовления рекламного продукта

Задачи практики:

- получение профессиональных знаний о сущности современного менеджмента в рекламном бизнесе.
- закрепление и углубление полученных теоретических знаний по менеджменту и экономическим основам рекламной деятельности.

10. Место практики в структуре ОПОП по ПСССЗ:

Программа учебной 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): «Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта».

11. Вид практики, способ и форма ее проведения

Вид практики: учебная

Способ проведения практики: стационарная

Реализуется частично в форме практической подготовки.

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 | |
| ПК 4.1 | Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей. | знать: виды рекламной продукции специфику рекламных носителей особенности современного рынка рекламы уметь: разрабатывать рекламные идеи в составе коллектива исполнителей |
| ОК 1. | Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес. | знать: экономический механизм и экономические показатели деятельности рекламной организации; основные принципы работы организаций в условиях рыночной экономики; пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов; основные федеральные законы и иные нормативные правовые акты, регламентирующие рекламную деятельность в Российской Федерации; аспекты планирования рекламы; |
| ОК 2. | Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество. | |
| ОК 3. | Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность. | |
| ОК 4. | Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития. | |

| | | |
|--------|---|---|
| ОК 5. | Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности. | этапы принятия и реализации управленческих решений; классификацию целей менеджмента уметь: составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта; работать с рекламой в средствах массовой информации; проводить процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком; проводить презентацию рекламного продукта; подготавливать авторскую документацию для регистрации авторских прав; владеть: навыками планирования рекламы основами медиапланирования. навыками заключения договоров на изготовление и размещение рекламы. |
| ОК 6. | Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями. | |
| ОК 7. | Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий. | |
| ОК 8. | Самостоятельно определять задачи профессионального и личного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации. | |
| ОК 9. | Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности. | |
| ОК 10. | Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности. | |
| ОК 11. | Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке. | |

13. Объем практики (в соответствии с учебным планом)

Общая трудоемкость учебной/производственной практики составляет: 2 недели (72 часа).

Формы промежуточной аттестации (по итогам практики) зачет.

14. Виды учебной работы

| Вид учебной работы | Трудоемкость | | |
|--|--------------|--------------|------------------------------|
| | Всего | По семестрам | |
| | | № семестра | |
| | | часы | часы практической подготовки |
| Всего часов | 72 | | |
| в том числе: | | | |
| Лекционные занятия (контактная работа) | 2 | 2 | |
| Практические занятия (контактная работа) | 2 | 2 | |
| Самостоятельная работа (в т.ч. подготовка отчетных документов) | 68 | | 68 |
| Форма промежуточной аттестации <i>зачет</i> | | | |
| Итого: | 72 | 4 | 68 |

15. Содержание практики¹

| п/п | Разделы (этапы) практики | Содержание раздела |
|-----|--------------------------|--|
| 1. | Подготовительный | Организационное собрание. Ознакомление с программой практики. |
| 2. | Организационный | Содержательная формулировка задач для решения в ходе практики. Уточнение результатов, которые должны быть получены. Составление индивидуального плана работы обучающегося на время прохождения практики. Согласование плана с руководителем практики, его корректировка. |
| 3. | Исследовательский* | Освоение методов разработки и изготовления рекламного продукта, выполнение производственных заданий, знакомство с особенностями организационно-управленческой деятельности предприятия и т.д. |
| 4 | Отчетный* | Оформление дневник практики в соответствии с требованиями*. |
| 5 | Аттестационный | Подведение итогов учебной практики. |

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

Содержание учебной практики

| код ПК | Учебная практика | | | | |
|---------|--|---|-------------|---|--|
| | Наименование ПК | Виды работ, обеспечивающих формирование ПК | Объем часов | Уровень освоения | Показатели освоения ПК |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 6 | 7 |
| ПК 4.1. | Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей. | <p>знакомство с основными правилами взаимодействия с внутренней средой организации;</p> <p>- составление личного плана работы специалиста по рекламе на основе тайм-менеджмента</p> | 36 | <p>репродуктивный</p> <p>продуктивный</p> | Грамотное выполнение всех предусмотренных видов работ. |
| ОК 1 | Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес. | Выбор типовых методов и способов для решения профессиональных задач; оценка полученных результатов. | 36 | продуктивный | Грамотное выполнение всех предусмотренных видов работ. |
| ОК2 | Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые | Принятие решения в стандартных и нестандартных ситуациях с несением ответственности; | | | |

| | | | | |
|------|--|--|--------------|--|
| | методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество | Несение ответственности за работу в коллективе и результат выполненных заданий. | | |
| ОК 3 | Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность. | Поиск информации, использование оптимальных профессиональных программ для выполнения профессиональных задач. | | |
| ОК 4 | Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личного развития. | | продуктивный | Грамотное выполнение всех предусмотренных видов работ. |
| ОК 5 | Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной | | | |

| | | | | |
|------|---|--|--|--|
| | деятельности. | | | |
| ОК 6 | Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями. | | | |
| ОК 7 | Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий. | | | |
| ОК 8 | Самостоятельно определять задачи профессионального и личного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации. | | | |
| ОК 9 | Ориентироваться в условиях частой | Понимание основ предпринимательской деятельности, особенностей ведения рекламного бизнеса. | | |

| | | | | | |
|--------------|--|---|--|--|--|
| <p>ОК 10</p> | <p>смены технологий в профессиональной деятельности.</p> <p>Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности.</p> | <p>Обладание экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.</p> | | | |
| <p>ОК 11</p> | <p>Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.</p> | | | | |

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). |
| 3. | Богацкая, С. Г. Правовое регулирование рекламной деятельности : учебное пособие / С. Г. Богацкая. — Москва : Логос, 2020. — 368 с. — ISBN 978-5-98699-032-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/162975 (дата обращения: 11.07.2023). |

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: 13.02.2023). |
| 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 Практическая подготовка (практика)_СПО Реклама 4 курс – Электронный университет ВГУ. - https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=14616 . |

* 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)

Практика проводится в форме контактной и самостоятельной работы. Контактная работа предполагает на первом этапе знакомство с руководителем практики от вуза и от предприятия, определение с ним задания и консультацию по вопросам о прохождении практики; на заключительном, четвертом этапе, контактная работа предполагается при защите практики. Результаты практики предоставляются в виде дневника учебной практики руководителю от университета.

Остальные этапы практики построены на технологии интегрированного обучения (предполагают самостоятельную работу студента в организации, связанную с маркетинговым и правовым обеспечением реализации рекламного продукта).

Рекомендации по самостоятельной работе следующие: ведение дневника практики; выполнение рекомендаций руководителя практики от университета/организации по реализации задания; инициативность во время подготовки, проведения мероприятий, а также при сборе и обработке информации для организации и управления процессом изготовления рекламного продукта; при необходимости – изучение теоретического материала, представленного в дополнительном списке литературы; формирование и представление отчетной документации.

При прохождении практики могут быть использованы элементы электронного обучения (ЭО) и дистанционные образовательные технологии (ДОТ), смешанное обучение. Материалы практики размещены на платформе «Электронный университет ВГУ». - Практическая подготовка (практика)_СПО Реклама 4 курс – Электронный университет ВГУ. - <https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=14616>.

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) |
|--|--|---|
| ОК1 Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес. ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество. | уметь: выбирать оптимальные способы выполнения профессиональных задач, оценивать эффективность своей работы. знать: задачи, цели и общие требования к рекламе; основные направления рекламной деятельности; | Практические работы. Дневник учебной практики. Самостоятельная работа. |
| | | Практические работы. Дневник учебной практики. Самостоятельная работа. |

| | | |
|--|---|---|
| <p>ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.</p> <p>ОК4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.</p> <p>ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.</p> <p>ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.</p> <p>ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.</p> <p>ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение</p> | <p>уметь:</p> <p>Применять информационно-коммуникационные технологии в рекламной деятельности для успешного решения профессиональных задач. Нести ответственность за свою работу.</p> <p>Знать:</p> <p>методы проектирования рекламного продукта;</p> <p>методы психологического воздействия на потребителя.</p> <p>уметь:</p> <p>составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта;</p> <p>работать с рекламой в средствах массовой информации;</p> <p>проводить процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком;</p> <p>проводить презентацию рекламного продукта;</p> <p>подготавливать авторскую документацию для регистрации авторских прав;</p> <p>знать:</p> <p>экономический механизм и экономические показатели деятельности рекламной организации;</p> <p>основные принципы работы организаций в условиях рыночной экономики;</p> <p>пути эффективного использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов;</p> <p>основные федеральные законы и иные нормативные правовые акты, регламентирующие рекламную деятельность в Российской Федерации;</p> <p>аспекты планирования рекламы;</p> <p>этапы принятия и реализации управленческих решений;</p> <p>классификацию целей менеджмента.</p> | <p>Практические работы. Дневник учебной практики. Самостоятельная работа.</p> <p>Практические работы. Дневник учебной практики. Самостоятельная работа.</p> |
|--|---|---|

| | | |
|--|--|--|
| <p>квалификации. ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности. ОК.10 Владеть основами предпринимательской деятельности и особенностями предпринимательства в профессиональной деятельности. ОК. 11 Обладать экологической, информационной и коммуникативной культурой, базовыми умениями общения на иностранном языке.</p> | | |
| <p>ПК 4.1 Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.</p> | <p>знать: виды рекламной продукции специфику рекламных носителей особенности современного рынка рекламы уметь: изготавливать различные рекламные продукты разрабатывать рекламные идеи</p> | <p>2, 3 Практические работы. Дневник учебной практики. Самостоятельная работа.</p> |
| Промежуточная аттестация по практике | | зачет |

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

| Уровень освоения компетенции | Результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций) | Критерии оценивания результатов обучения |
|------------------------------|---|--|
| зачтено | Грамотное выполнение всех предусмотренных видов работ. | 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 Power Point 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. |
| Не зачтено | Частичное или полное невыполнение предусмотренных работ. | Сроки выполнения нарушены, отсутствует документ Дневник практики, студент не сумел продемонстрировать навыки организации и проведения социологического исследования; не владеет навыками презентации. |

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:

К элементам комплекса «4 Р маркетинга» НЕ относится:

- A. товар
- A. цена
- B. места продаж
- C. **Позиционирование**

2. . Выберите правильный вариант ответа:

Неэтичная реклама в соответствии с законом "О Рекламе":



- D. реклама, не соответствующая моральным принципам и нравственным устоям общества
 - E. порочит объекты искусства;
 - F. нет отдельного определения в законе**
 - G. оскорбляющая чувства людей
3. Срок охраны авторского права в России составляет:
- A. всю жизнь автора плюс 70 лет, считая с 1 января года, следующего за годом смерти автора;**
 - B. всю жизнь автора;
 - C. 50 лет с момента создания произведения
 - D. 100 лет с момента смерти автора
4. Государственный контроль за соблюдением законодательства РФ о рекламе осуществляет:
- E. Правительство РФ;
 - F. Федеральный антимонопольный орган и его территориальные органы;**
 - G. Ассоциация коммуникационных агентств России
 - H. Органы внутренних дел.

Тестовые задания с открытым ответом:

1. метод стратегического планирования, заключающийся в выявлении факторов внутренней и внешней среды организации и разделении их на четыре категории
Ответ: Swot-анализ
2. Целевые скидки, реализуемые после совершения покупки. Потребитель отправляет в какой – либо форме подтверждение покупки производителю, который возмещает часть уплаченной суммы почтовым переводом.
Ответ: денежные компенсации (кэшбэк)
3. В соответствии с Федеральным законом от 13.03.2006 N 38-ФЗ "О рекламе", лицо, предоставившее средства либо обеспечившее предоставление средств для организации и (или) проведения спортивного, культурного или любого иного мероприятия, создания и (или) трансляции теле- или радиопередачи либо создания и (или) использования иного результата творческой деятельности -
Ответ: спонсор
4. В соответствии с Федеральным законом от 13.03.2006 N 38-ФЗ "О рекламе", информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, а также обеспечение интересов государства -

Ответ: социальная реклама

Мини-кейсы:

1. Кто такой SEO-специалист? Каковы его должностные обязанности?

Ответ: Специалист по контекстной рекламе занимается созданием и проведением рекламных компаний в «Google AdWords» и «Яндекс.Директ».

2. Кто такой SMM-специалист? Каковы его должностные обязанности?

Ответ: Это специалист по SMM (Social Media Marketing), комплексу мер по продвижению web-сайтов, товаров или услуг с помощью социальных медиа-средств, к которым относятся: блоги; социальные сети; тематические Интернет-ресурсы класса Web 2.0.

3. Предложите, эффективное, по вашему мнению, BTL-мероприятие, которое можно провести на открытие частного детского сада. Опишите его преимущества

Ответ: 5 баллов – мероприятие не банальное, соответствует интересам целевой аудитории, описаны преимущества инструмента

2 баллов – предложенный инструмент не соответствует интересам целевой аудитории или не описаны преимущества инструмента

0 баллов – верного ответа нет

4. Предложите, эффективное, по вашему мнению, BTL-мероприятие, которое можно провести на открытие квест-комнаты. Опишите его преимущества

Ответ: 5 баллов – мероприятие не банальное, соответствует интересам целевой аудитории, описаны преимущества инструмента

2 баллов – предложенный инструмент не соответствует интересам целевой аудитории или не описаны преимущества инструмента

0 баллов – верного ответа нет

5. Предложите, эффективное, по вашему мнению, BTL-мероприятие, которое можно провести на открытие магазина рукоделия. Опишите его преимущества

Ответ: 5 баллов – мероприятие не банальное, соответствует интересам целевой аудитории, описаны преимущества инструмента

2 баллов – предложенный инструмент не соответствует интересам целевой аудитории или не описаны преимущества инструмента

0 баллов – верного ответа нет

6. Предложите, эффективное, по вашему мнению, BTL-мероприятие, которое можно провести на открытие магазина экипировки для лыжников и сноубордистов. Опишите его преимущества

Ответ: 5 баллов – мероприятие не банальное, соответствует интересам целевой аудитории, описаны преимущества инструмента

2 баллов – предложенный инструмент не соответствует интересам целевой аудитории или не описаны преимущества инструмента

0 баллов – верного ответа нет

7. Если в рекламе планируется использовать произведение автора, умершего в XIX в, можно ли безгранично использовать любые треки, размещенные в сети Интернет без риска нарушить авторские и смежные с авторскими права? Аргументируйте свой ответ.

Ответ: нет. Помимо прав авторских, существуют еще и права, смежные с авторскими, т. е. права исполнителей и производителей фонограмм, организаций эфирного и кабельного вещания.

8. Челябинское УФАС в 2009 г. признало ненадлежащей рекламу областной аптечной сети «Классика»3 . В рекламе была использована фотография ребенка. У кого должны были спросить разрешение создатели рекламы, принимая решение о размещении фото?

Ответ: Получить согласие законных представителей ребенка (. 3 ст. 5 Закона «О рекламе»), а спросить разрешение на использование фотографии полагается и у того, кому принадлежит исключительное право на такой объект авторского права. Чаще всего исключительные права остаются у фотографов, если не было письменного договора об отчуждении исключительного права или лицензионного договора

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

1. Составить личный план работы специалиста по рекламе на основе тайм-менеджмента
2. Осуществить планирование, разработку и техническое исполнение рекламного проекта

19.3.3 Содержание дневника практики

Обучающийся ведет дневник в течение всего времени прохождения практики, описывая каждый день прохождения практики. Структура 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.

Оценка знаний, умений и навыков, характеризующих этапы формирования компетенций, при прохождении практики проводится в ходе промежуточной аттестаций в форме зачета.

Промежуточная аттестация по практике включает подготовку дневника практики и предоставление его Руководителю практики от Университета.

Критерии оценивания приведены выше.