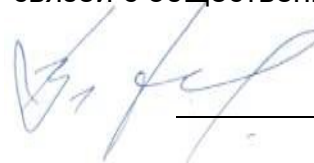


МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

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



\_\_\_\_\_ д.ф.н. Тулупов В.В.

28.06.2020 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 18.05.2020 г., Протокол №8
8. Учебный год: 2023/ 2024 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 практики<sup>1</sup>**

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.

<sup>1</sup> 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.	продуктивный	Грамотное выполнение всех предусмотренных видов работ.
ОК 4	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.			
ОК 5	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной			

	деятельности.			
ОК 6	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.			
ОК 7	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.			
ОК 8	Самостоятельно определять задачи профессионального и 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: <a href="https://e.lanbook.com/book/146809">https://e.lanbook.com/book/146809</a> (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: <a href="https://e.lanbook.com/book/162975">https://e.lanbook.com/book/162975</a> (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: <a href="https://e.lanbook.com/book/146913">https://e.lanbook.com/book/146913</a> (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: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=116042">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=116042</a>

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. - <a href="https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=14616">https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=14616</a> .

\* 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
<b>зачтено</b>	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.
<b>Не зачтено</b>	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.