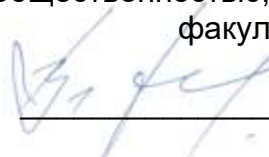


МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

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

  
\_\_\_\_\_ д.ф.н. Тулупов В.В.

28.06.2021 г.

**ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ)**

- 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:** Окс С.И., преп., к.ф.н., Осенкова Т.А. преп., к.ф.н., Загорская А.С. руководитель рекламного агентства «Orangerie», Тулупов В.В. зам. редактора газеты «Семерочка»
- 7. Рекомендована:** НМС факультета журналистики, протокол от 20.05.2021 № 8
- 8. Учебный год:** 2025/ 2026 **Семестр(ы):** 8

## 9. Цель практики:

углубление первоначального профессионального опыта обучающимися; развитие общих и профессиональных компетенций; проверка у обучающихся готовности к самостоятельной трудовой деятельности; подготовка к выполнению выпускной квалификационной работы (дипломной работы) в организациях различных организационно-правовых форм (далее - организация).

## Задачи практики:

Освоение основных видов профессиональной деятельности в области разработки и создания дизайна рекламного продукта; производства рекламной продукции; маркетингового и правового обеспечения реализации рекламной продукции; организации и управления процессом изготовления рекламного продукта; выполнения работ по профессии Агент рекламный.

## 10. Место практики в структуре ОПОП по ППССЗ:

Программа производственной преддипломной (далее – преддипломной) практики является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности по специальности 42.02.01 Реклама (подготовка специалистов среднего звена базовой подготовки) в части освоения основных видов профессиональной деятельности (ВПД):

1. Разработка и создание дизайна рекламной продукции.
2. Производство рекламной продукции.
3. Маркетинговое и правовое обеспечение реализации рекламного продукта.
4. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта.
5. Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих.

## 11. Вид практики, способ и форма ее проведения

**Вид практики:** производственная

**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 5.1	Осуществлять деятельность по поиску и привлечению клиентов.	<i>иметь практический опыт :</i> - ведения переговоров с заказчиком; -использования офисной оргтехники, информационных и коммуникационных технологий при оформлении заказа; - организации связи со СМИ. <i>уметь:</i>
ПК 5.2	Оформлять договорную и финансовую документацию при работе с заказчиком.	- контактировать с заказчиком рекламного продукта и вести с ним переговоры; - осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг;

ПК 5.3	Работать в рекламных акциях в качестве исполнителя.	- выбирать и использовать различные виды средств распространения рекламы; <i>знать:</i> - виды рекламной деятельности;
ПК 5.4	Осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг.	- виды рекламных средств и средств распространения рекламы; - требования к рекламированию товаров и услуг, установленных законом; - ответственность участников рекламного процесса за ненадлежащую рекламу; - социально-психологические основы рекламы; - факторы и методы воздействия на человека.
ПК 5.5	Составлять и оформлять простые тексты рекламных объявлений.	
ПК 4.1	Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей.	<i>знать:</i> виды рекламной продукции специфику рекламных носителей особенности современного рынка рекламы
ПК 4.2	Осуществлять контроль исполнения на соответствие рекламной идее и заказу рекламодателя.	<i>уметь:</i> изготавливать различные рекламные продукты разрабатывать рекламные идеи готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт
ПК 4.3	Взаимодействовать с заказчиком в ходе выполнения и сдачи рекламного проекта.	<i>владеть:</i> навыками заключения договоров на изготовление и размещение рекламы навыками воплощения идеи рекламного продукта
ПК 3.1	Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка.	<i>иметь практический опыт:</i> выявления требований целевых групп потребителей; разработки средств продвижения рекламного продукта;
ПК 3.2	Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.	разработки маркетинговой части бизнес-плана; <i>уметь:</i> проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей; анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп; проводить сегментирование рынка; принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта; <i>знать:</i> задачи, цели и общие требования к рекламе; основные направления рекламной деятельности; виды рекламной деятельности; структуру рекламного рынка.

ПК 2.1	Выбирать и использовать инструмент, оборудование, основные изобразительные средства и материалы.	<i>иметь практический опыт:</i> 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;
ПК 2.2	Создавать модели (макеты, сценарии) объекта с учетом выбранной технологии.	производства рекламного продукта с учетом аспектов психологического воздействия рекламы, правового обеспечения рекламной деятельности и требований заказчиков;
ПК 2.3	Исполнять оригиналы или отдельные элементы проекта в материале.	<i>уметь:</i> 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; <i>знать:</i> 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
ПК 1.1	Осуществлять поиск рекламных идей.	<i>иметь практический опыт:</i> выбора художественной формы реализации рекламной идеи;
ПК 1.2	Осуществлять художественное эскизирование и выбор оптимальных изобразительных средств рекламы	создания визуального образа с рекламными функциями; художественного конструирования рекламных продуктов по заданию;
ПК 1.3	Разрабатывать авторские рекламные проекты.	<i>уметь:</i> осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта, услуги;

ПК 1.4	Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.	разрабатывать композиционное решение рекламного продукта; использовать выразительные и художественно-изобразительные средства при моделировании рекламы; составлять рекламные тексты; <i>знать:</i> выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы; приемы и принципы составления рекламного текста; композицию, шрифтовую и художественную графику в рекламе; методы проектирования рекламного продукта; методы психологического воздействия на потребителя.
ПК 1.5	Создавать визуальные образы с рекламными функциями.	

### 13. Объем практики (в соответствии с учебным планом)

Общая трудоемкость производственной (преддипломной) практики составляет: 4 недели, 144 ч.

Формы промежуточной аттестации (по итогам практики): зачет с оценкой.

### 14. Виды учебной работы

Вид учебной работы	Трудоемкость		
	Всего	По семестрам	
		№ семестра	часы
Всего часов	144		
в том числе:			
Лекционные занятия (контактная работа)			
Практические занятия (контактная работа)			
Самостоятельная работа (в т.ч. подготовка отчетных документов)	142	142	142
Защита практики	2		
Форма промежуточной аттестации <i>Зачет с оценкой</i>			
Итого:	144		

### 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*	Осуществление поиска необходимых методов для выполнения профессиональных задач. Составление документации. Подготовка рекламных материалов.
4	Отчетный*	Оформление дневник практики в соответствии с требованиями*.
5	Аттестационный	Подведение итогов производственной практики.

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

### Содержание производственной (преддипломной) практики

Код ПК	Производственная практика					
	Наименование ПК	Виды работ, обеспечивающие формирование ПК	Объем часов	Уровень освоения	Формат практики (рассредоточено, концентрированно), базы практики	Показатели освоения ПК
ПК 1.3	Разрабатывать авторские рекламные проекты.	- осуществление поиска различных решений при создании рекламного продукта; - умение разрабатывать композиционное решение рекламного продукта.		продуктивный	концентрированно, факультет журналистики ФГБОУ ВО ВГУ	Оценка выполнения индивидуального практического задания
ПК 1.4	Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений.	владение основными принципами и приемами составления рекламных текстов; - владение основными принципами оформления рекламных объявлений.		продуктивный	концентрированно, факультет журналистики ФГБОУ ВО ВГУ	Оценка выполнения индивидуального практического задания
ПК 1.5	Создавать визуальные образы с рекламными функциями.	выполнение художественного конструирования рекламных продуктов по заданию; - владение методами психологического воздействия на потребителя;		продуктивный	концентрированно, факультет журналистики ФГБОУ ВО ВГУ	Оценка выполнения индивидуального практического задания
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		продуктивный	концентрированно, факультет журналистики ФГБОУ ВО ВГУ	Оценка выполнения индивидуального практического задания
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		продуктивный	концентрированно, факультет журналистики ФГБОУ ВО ВГУ	Оценка выполнения индивидуального практического задания
ПК 3.1.	Выявлять требования целевых групп	. -проведение социологических исследований;		продуктивный	концентрированно,	Оценка выполнения индивидуального

	потребителей на основе анализа рынка.	- составление программ соц.исследований.			факультет журналистики ФГБОУ ВО ВГУ	практического задания
ПК 3.2	Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта.	составление медиа-плана; - проведение сегментирования рынка.		продуктивный	концентрированно, факультет журналистики ФГБОУ ВО ВГУ	Оценка выполнения индивидуального практического задания
ПК 4.1	Организовывать собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	Организация собственной деятельности, оценка качества выполнения профессиональных задач		продуктивный	концентрированно, факультет журналистики ФГБОУ ВО ВГУ	Оценка выполнения индивидуального практического задания
ПК 4.2	Осуществлять поиск, анализ и оценку информации, необходимой для постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Поиск, анализ и оценка необходимой профессиональной информации		продуктивный	концентрированно, факультет журналистики ФГБОУ ВО ВГУ	Оценка выполнения индивидуального практического задания
ПК 4.3	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение своей квалификации.	Определение задач профессионального и личностного развития, планирование самообразования и повышения квалификации		продуктивный	концентрированно, факультет журналистики ФГБОУ ВО ВГУ	Оценка выполнения индивидуального практического задания
ПК 5.1	5.1 Осуществлять деятельность по поиску и привлечению клиентов.	-осуществление мониторинга СМИ, интернет-площадок по поиску и привлечению клиентов.		продуктивный	концентрированно, факультет журналистики ФГБОУ ВО ВГУ	Оценка выполнения индивидуального практического задания



ПК 5.2	5.2 Оформлять договорную и финансовую документацию при работе с заказчиком.	- составление договорной и финансовой документации для заказчика		продуктивный	концентрированно, факультет журналистики ФГБОУ ВО ВГУ	Оценка выполнения индивидуального практического задания
ПК 5.3	5.3 Работать в рекламных акциях в качестве исполнителя.	- осуществление деятельности специалиста по BTL-технологиям.		продуктивный	концентрированно, факультет журналистики ФГБОУ ВО ВГУ	Оценка выполнения индивидуального практического задания
ПК 5.4	5.4 Осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг.	- владение навыками переговоров с заказчиком; - организация связи со СМИ;		продуктивный	концентрированно, факультет журналистики ФГБОУ ВО ВГУ	Оценка выполнения индивидуального практического задания
ПК 5.5	5.5 Составлять и оформлять простые тексты рекламных объявлений.	- выполнение работ по копирайтингу		продуктивный	концентрированно, факультет журналистики ФГБОУ ВО ВГУ	Оценка выполнения индивидуального практического задания

**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: 13.02.2021).
3.	Правовое регулирование рекламной деятельности : учебное пособие / Н. Д. Эриашвили, А. А. Романов, Г. А. Васильев [и др.]. — Москва : Юнити-Дана : Закон и право, 2017. — 241 с. : ил., табл. — Режим доступа: по подписке. — URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=685024">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=685024</a> (дата обращения: 16.02.2021). — Библиогр. в кн. — ISBN 978-5-238-01546-0. — Текст : электронный.

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: 13.02.2021).
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)**

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

Для оценки освоения **профессиональных компетенций** по результатам производственной 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 производственной 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 производственной практики, предложить мероприятия по внедрению результатов практики по месту прохождения, умеет составить письменный отчет с графической интерпретацией результатов с использованием специализированных программных продуктов и презентацию в формате PowerPoint или другом.

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

**ПК 1.1. Осуществлять поиск рекламных идей**

Уровень освоения компетенции и	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 рекламы;</p>	<p>Допускает единичные ошибки в определениях, нормах, методах, классификациях и основных понятиях.</p> <p>Способен применять только типичные, наиболее часто встречающиеся приемы по конкретной сформулированной задаче.</p> <p>Знает основные методы проектирования рекламного продукта.</p> <p>Способен применять теоретические знания к конкретному фактическому материалу.</p>
<p>Средний</p>	<p>методы проектирования рекламного продукта; методы психологического воздействия на потребителя.</p>	<p>Знает основные источники информации, нормативные документы, может найти основные понятия и категории по заданной тематике.</p> <p>В большинстве случаев способен выявить и применить требуемый метод/классификацию для решения поставленной задачи.</p> <p>Владеет основными методами проектирования рекламного продукта; знает выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы; методы проектирования рекламного продукта; методы психологического воздействия на потребителя.</p> <p>Затрудняется в решении сложных, неординарных проблем</p>
<p>Высокий</p>		<p>Свободно оперирует основными понятиями, терминами, нормами, методами, классификациями.</p> <p>Знает критерии эффективности решения поставленной задачи.</p> <p>Умеет выбрать эффективные приемы решения поставленной профессиональной задачи.</p> <p>Владеет основными методами по проектированию рекламного продукта и психологического воздействия на потребителя.</p> <p>Способен решать сложные, неординарные задачи.</p>

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

Уровень освоения компетенции	Результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения
Пороговый	<p>Обучающийся должен уметь: осуществлять поиск различных решений при художественном эскизировании и выборе оптимальных изобразительных средств рекламы</p> <p>знать: выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы; композицию, шрифтовую и художественные графики в рекламе.</p>	<p>Допускает единичные ошибки в определениях, нормах, методах, классификациях и основных понятиях.</p> <p>Способен применять только типичные, наиболее часто встречающиеся приемы по конкретной сформулированной задаче.</p> <p>Знает основные приемы художественного эскизирования.</p> <p>Способен применять теоретические знания к конкретному фактическому материалу.</p>
Средний		<p>Владеет основными методами художественного эскизирования; знает выразительные и художественно-изобразительные средства рекламы; методы проектирования рекламного продукта.</p> <p>Затрудняется в решении сложных, неординарных проблем</p>
Высокий		<p>Свободно оперирует основными понятиями, терминами, нормами, методами, классификациями.</p> <p>Умеет выбрать эффективные приемы решения поставленной профессиональной задачи.</p> <p>Владеет основными методами по художественному-изобразительному эскизированию.</p> <p>Способен решать сложные, неординарные задачи.</p>

### ПК 1.3. Разрабатывать авторские рекламные проекты

Уровень освоения компетенции	Результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения
Пороговый	Обучающийся должен уметь: осуществлять разработку технического задания, эскизного проекта, технической документации. знать: поэтапную специфику разработки авторского рекламного проекта; правила составления технической документации для реализации авторского проекта	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 этапы реализации рекламного авторского проекта.
Средний		Владеет на хорошем уровне основными методами реализации авторского рекламного продукта. Затрудняется в решении сложных, неординарных проблем
Высокий		Свободно оперирует основными понятиями, терминами, нормами, методами, классификациями. Умеет выбрать эффективные приемы решения поставленной профессиональной задачи. Отлично владеет основными методами реализации авторского рекламного продукта. Способен решать сложные, неординарные задачи.

**ПК 1.4. Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений**

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

**ПК 1.5. Создавать визуальные образы с рекламными функциями**

Уровень освоения компетенции	Результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения
Пороговый	Обучающийся должен уметь: осуществлять разработку визуальных образов с учетом рекламной стратегии. знать: психологические аспекты рекламы; приемы создания рекламных визуальных образов.	Допускает единичные ошибки в определениях, нормах, методах, классификациях и основных понятиях. Способен применять только типичные, наиболее часто встречающиеся приемы по конкретной сформулированной задаче.
Средний		Владеет на хорошем уровне основными приемами по созданию визуальных образов в рекламе. Затрудняется в решении сложных, неординарных проблем



Высокий		Свободно оперирует основными понятиями, терминами, нормами, методами, классификациями. Умеет выбрать эффективные приемы решения поставленной профессиональной задачи. Отлично владеет приемами по созданию визуальных образов в рекламе. Способен решать сложные, неординарные задачи.
---------	--	--

**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
<b>Пороговый</b>	<p>Обучающийся должен <b>уметь:</b> осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта</p> <p><b>знать:</b> 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>

<p><b>Средний</b></p>	<p>изобразительные средства 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. 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><b>Высокий</b></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, неординарные 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
<b>Пороговый</b>	<p>Обучающийся должен</p> <p><b>уметь:</b> разрабатывать сценарии для съемок и монтажа</p> <p><b>знать:</b> технические и программные средства для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации</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>
<b>Средний</b>		<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>

<b>Высокий</b>	<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
<b>Пороговый</b>	<p>Обучающийся должен <b>уметь:</b> осуществлять поиск различных решений при создании рекламного продукта</p> <p><b>знать:</b> 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>

<b>Средний</b>	изобразительные средства рекламы; методы проектирования рекламного продукта; методы психологического воздействия на потребителя.	<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>
<b>Высокий</b>		<p>Свободно оперирует основными понятиями, терминами, нормами, методами, классификациями.</p> <p>Знает критерии эффективности решения поставленной задачи.</p> <p>Умеет выбрать эффективные приемы решения поставленной профессиональной задачи.</p> <p>Владеет основными методами по проектированию рекламного продукта и психологического воздействия на потребителя.</p> <p>Способен решать сложные, неординарные задачи.</p>

**ПК 3.1. Выявлять требования целевых групп потребителей на основе анализа рынка**

<b>Уровень освоения компетенции</b>	<b>Результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)</b>	<b>Критерии оценивания результатов обучения</b>
пороговый	Обучающийся должен <b>уметь</b> : проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей;	<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>

	анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп;	Владет основными приемами сегментирования рынка.
средний	проводить сегментирование рынка; <b>знать:</b> виды рекламной деятельности; структуру рекламного рынка.	Владеет на хорошем уровне основными приемами по сегментированию рынка. Грамотно проводит анализ покупательских предпочтений на основе сегментирования рынка.  Затрудняется в решении сложных, неординарных проблем.
высокий		Свободно оперирует основными понятиями, терминами, нормами, методами, классификациями. Умеет выбрать эффективные приемы решения поставленной профессиональной задачи. Отлично владеет приемами по сегментированию рынка. Грамотно выявляет предпочтения целевых аудиторий. Способен решать сложные, неординарных задачи.

### ПК 3.2. Разрабатывать средства продвижения рекламного продукта

Уровень освоения компетенции	Результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения
пороговый	Обучающийся должен <b>уметь:</b> - проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей; - принимать решения, направленные на продвижение рекламного продукта.	Допускает единичные ошибки в определениях, нормах, методах, классификациях и основных понятиях.  Способен применять только типичные, наиболее часто встречающиеся приемы по конкретной сформулированной задаче.
средний	<b>знать:</b> психологические аспекты рекламы; задачи, цели и общие требования к рекламе;	Владеет на хорошем уровне основными приемами по медиапланированию, по разработке методов продвижения рекламы.  Затрудняется в решении сложных, неординарных проблем.
высокий	основные направления рекламной деятельности.	Свободно оперирует основными понятиями, терминами, нормами, методами, классификациями. Умеет выбрать эффективные приемы решения поставленной профессиональной задачи. Отлично владеет приемами по медиапланированию, по разработке методов продвижения рекламы Способен решать сложные, неординарных задачи.

### ПК 4.1. Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей

<b>Уровень освоения компетенции</b>	<b>Результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)</b>	<b>Критерии оценивания результатов обучения</b>
<b>Пороговый</b>	Обучающийся должен <b>уметь</b> : составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта совместно с коллективом исполнителей. <b>знать</b> : классификацию целей менеджмента; особенность работы на рекламном предприятии.	Допускает ошибки в определениях, нормах, правилах. Затрудняется в решении профессиональных задач.
<b>Средний</b>		Владеет на хорошем уровне основными определениями, нормами, правилами работы в рекламном предприятии.  Затрудняется в решении сложных, неординарных проблем
<b>Высокий</b>		Свободно оперирует основными понятиями, терминами, нормами, классификациями. Умеет выбрать эффективные приемы решения поставленной профессиональной задачи. Способен решать сложные, неординарные задачи.

**ПК 4.2. Осуществлять контроль исполнения на соответствие рекламной идее и заказу рекламодателя.**

<b>Уровень освоения компетенции</b>	<b>Результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)</b>	<b>Критерии оценивания результатов обучения</b>
<b>Пороговый</b>	Обучающийся должен <b>уметь</b> : составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта. <b>знать</b> : задачи, цели и общие требования к рекламе; аспекты планирования рекламы;	Допускает единичные ошибки в определениях, нормах, методах, классификациях и основных понятиях.  Способен применять только типичные, наиболее часто встречающиеся приемы по конкретной сформулированной задаче.
<b>Средний</b>		Владеет на хорошем уровне основными приемами по созданию рекламной продукции. Грамотно проводит оценку на соответствие продукта рекламной идеи. Затрудняется в решении сложных, неординарных проблем.

<b>Высокий</b>	<p>Свободно оперирует основными понятиями, терминами, нормами, методами, классификациями. Умеет выбрать эффективные приемы решения поставленной профессиональной задачи. Отлично владеет приемами по медиапланированию, по созданию рекламной продукции. Грамотно проводит оценку на соответствие продукта рекламной идеи.</p> <p>Способен решать сложные, неординарные задачи.</p>
----------------	---

### ПК 4.3. Готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт

<i>Уровень освоения компетенции</i>	<i>Результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)</i>	<i>Критерии оценивания результатов обучения</i>
<b>Пороговый</b>	<p>Обучающийся должен <b>уметь</b>: оформлять документацию для регистрации авторского права на рекламный продукт. проводить процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком</p>	<p>Допускает единичные ошибки в определениях, нормах, методах, классификациях и основных понятиях.</p> <p>Способен составить договор для регистрации авторских прав на рекламную продукцию.</p>
<b>Средний</b>	<p><b>знать</b>: основные федеральные законы и иные нормативные правовые акты, регламентирующие рекламную деятельность в Российской Федерации; аспекты планирования рекламы; правила составления договора</p>	<p>Хорошо знает основные федеральные законы и иные нормативные правовые акты, регламентирующие рекламную деятельность в Российской Федерации.</p> <p>Грамотно составляет договоры. Затрудняется в решении сложных, неординарных проблем</p>
<b>Высокий</b>		<p>Свободно оперирует основными понятиями, терминами, нормами, методами, классификациями. Отлично знает основные федеральные законы и иные нормативные правовые акты, регламентирующие рекламную деятельность в Российской Федерации. Грамотно составляет договоры.</p> <p>Способен решать сложные, неординарные задачи.</p>

### ПК 5.1. Осуществлять деятельность по поиску и привлечению клиентов

<i>Уровень освоения компетенции</i>	<i>Результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)</i>	<i>Критерии оценивания результатов обучения</i>



<b>Пороговый</b>	Обучающийся должен <b>уметь</b> : контактировать с заказчиком рекламного продукта и вести с ним переговоры	Допускает единичные ошибки в определениях, нормах, правилах.
<b>Средний</b>	<b>знать</b> : - виды рекламной деятельности; - виды рекламных средств и средств распространения рекламы; - требования к рекламированию товаров и услуг, установленных законом; - ответственность участников рекламного процесса за ненадлежащую рекламу;	Владеет на хорошем уровне основными определениями, нормами, правилами работы с потенциальными клиентами.  Хорошо разбирается в требованиях к рекламированию товаров и услуг, установленных законом; Затрудняется в решении сложных, неординарных проблем.
<b>Высокий</b>	- социально-психологические основы рекламы; - факторы и методы воздействия на человека.	Свободно оперирует основными понятиями, терминами, нормами, , классификациями. Умеет выбрать эффективные приемы решения поставленной профессиональной задачи. Свободно владеет факторами и методами воздействия на человека.  Грамотно разбирается в требованиях к рекламированию товаров и услуг, установленных законом; Способен решать сложные, неординарных задачи.

## ПК 5.2. Оформлять договорную и финансовую документацию при работе с заказчиком

<b>Уровень освоения компетенции</b>	<b>Результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)</b>	<b>Критерии оценивания результатов обучения</b>
<b>Пороговый</b>	Обучающийся должен <b>уметь</b> : составлять договорную и финансовую документацию при работе с заказчиком, опираясь на законодательство РФ. <b>знать</b> :	Допускает ошибки в определениях, нормах, правилах. Способен применять только типичные, наиболее часто встречающиеся приемы по конкретной сформулированной задаче.
<b>Средний</b>	Основные федеральные законы и иные нормативные правовые акты, регламентирующие рекламную деятельность в Российской Федерации. Требования к рекламированию товаров и услуг, установленных законом; Ответственность участников рекламного процесса за ненадлежащую рекламу.	Владеет на хорошем уровне основными определениями, нормами, правилами. Хорошо разбирается в требованиях к рекламированию товаров и услуг, установленных законом; Затрудняется в решении сложных, неординарных проблем.
<b>Высокий</b>		Свободно оперирует основными понятиями, терминами, нормами, , классификациями. Умеет выбрать эффективные приемы решения поставленной профессиональной задачи. Свободно владеет приемами составления документации. Грамотно разбирается в требованиях к рекламированию

	товаров и услуг, установленных законом; Способен решать сложные, неординарные задачи.
--	--

### ПК 5.3. Работать в рекламных акциях в качестве исполнителя

<i>Уровень освоения компетенции</i>	<i>Результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)</i>	<i>Критерии оценивания результатов обучения</i>
<b>Пороговый</b>	Обучающийся должен <b>уметь</b> : контактировать с потенциальной аудиторией. <b>знать</b> : - социально-психологические основы рекламы; - факторы и методы воздействия на человека.	Способен применять только типичные, наиболее часто встречающиеся приемы по конкретной сформулированной задаче.
<b>Средний</b>		Владеет на хорошем уровне основными приемами работы с клиентами. Затрудняется в решении сложных, неординарных проблем.
<b>Высокий</b>		Свободно оперирует основными понятиями, терминами, нормами, классификациями. Умеет выбрать эффективные приемы решения поставленной профессиональной задачи. Способен решать сложные, неординарные задачи.

### ПК 5.4. Осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг

<i>Уровень освоения компетенции</i>	<i>Результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)</i>	<i>Критерии оценивания результатов обучения</i>
<b>Пороговый</b>	Обучающийся должен <b>уметь</b> : составлять договорную и финансовую документацию при работе с заказчиком, опираясь на законодательство РФ, осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг РФ. <b>знать</b> : Основные федеральные законы и иные нормативные правовые акты, регламентирующие рекламную деятельность в Российской Федерации. Требования к рекламированию товаров и услуг, установленных законом; Ответственность участников рекламного процесса за ненадлежащую рекламу.	Допускает ошибки в определениях, нормах, правилах. Способен применять только типичные, наиболее часто встречающиеся приемы по конкретной сформулированной задаче.
<b>Средний</b>		Владеет на хорошем уровне основными определениями, нормами, правилами. Хорошо разбирается в требованиях к рекламированию товаров и услуг, установленных законом; Затрудняется в решении сложных, неординарных проблем.
<b>Высокий</b>		Свободно оперирует основными понятиями, терминами, нормами, классификациями. Умеет выбрать эффективные приемы решения поставленной профессиональной задачи. Свободно владеет приемами составления документации.

	Грамотно разбирается в требованиях к рекламированию товаров и услуг, установленных законом; Способен решать сложные, неординарные задачи.
--	--

### ПК 5.5. Составлять и оформлять простые тексты рекламных объявлений

<i>Уровень освоения компетенции</i>	<i>Результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)</i>	<i>Критерии оценивания результатов обучения</i>
<b>Пороговый</b>	Обучающийся должен <b>уметь</b> : составлять простые тексты, опираясь на законы копирайтинга.	Допускает ошибки при написании текстов. Знает и применяет только основные приемы создания рекламных текстов.
<b>Средний</b>	<b>знать</b> : основные приемы составления текстов.	Владеет на хорошем уровне основными приемами. Способен грамотно решить поставленные задачи.
<b>Высокий</b>		Свободно оперирует основными понятиями, классификациями, приемами. Умеет выбрать эффективные приемы решения поставленной профессиональной задачи. 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 Перечень практических заданий (определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью).

Перечень практических заданий включает выполнение индивидуального практического задания по осуществлению определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью и связанных с тематикой выполняемой ВКР (задание на выполнение ВКР).

По окончании производственной практики студент предоставляет:

- дневник прохождения производственной практики, который содержит описание проведенных работ, обеспечивающих формирование профессиональных компетенций;
- отчет студента о прохождении производственной практики, содержащий анализ собственной деятельности во время прохождения производственной практики, к отчету прилагается Приложение в форме практической части ВКР;
- характеристику на обучающегося, составленную руководителем практики, содержащую оценку освоения общих и профессиональных компетенций, а также общую оценку профессиональных качеств практиканта.

#### 19.3.2 Примерные рекомендованные темы ВКР

1. Мультимедийный продукт: этапы производства.
2. Психологические аспекты формирования имиджа лидера средствами рекламы.
3. Этические аспекты профессиональной деятельности (российский опыт).

4. Электронная торговля и интернет -маркетинг.
5. Реклама и PR в сфере досуга
6. Региональная специфика коммуникационной политики музеев и театров. Международный опыт продвижения учреждений культуры
7. Продвижение компаний в сети Интернет (сайт, социальные сети, блоги, вирусный маркетинг и т.д.).
8. Специфика использования Интернет-технологий в рекламной деятельности.
9. «Зеленый» маркетинг
10. Коммуникационная политика компаний в сети Интернет. Разработка фирменного стиля, брендинг, нейминг.
11. Совершенствование маркетинговых коммуникаций в социальных сетях (на примере компании...);
12. Конкурентные стратегии и стратегии позиционирования на ресторанном / гостиничном рынке.
13. Совершенствование маркетинговых коммуникаций в интернет-среде (на примере компании...)
14. Формирование и управление потребительской лояльностью в сфере услуг (на примере компании...);
15. Маркетинговые коммуникации в индустрии впечатлений (на примере компании HoReCa /шоу-бизнеса и индустрии развлечений)
16. Нестандартные виды рекламы.
17. Разработка рекламной кампании образовательного учреждения.
18. Разработка рекламной кампании в сети Интернет.
19. Разработка рекламной кампании в рамках ребрендинга.
20. Разработка стратегии продвижения бренда на товарном рынке.
21. Разработка рекламной кампании для предприятий сферы услуг.
22. Организация и эффективность деятельности рекламного агентства.

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

Процедура оценивания приобретаемого практического опыта, знаний и умений, характеризующих этапы формирования компетенций осуществляется в форме защиты отчета по практике (зачет с оценкой).

#### **Критерии оценивания промежуточной аттестации по производственной практике:**

*«Отлично»* - обучающийся предоставил оформленные соответствующим образом документы, включая полностью завершённую и оформленную, согласно всем требованиям, рукопись ВКР; отзыв с положительной характеристикой руководителя практики; продемонстрировал систематические знания по всем контролируемым компетенциям; демонстрирует способность и готовность полностью самостоятельно применять знания, умения и навыки для решения профессиональных задач на практике; в ответе присутствует четкая структура, логическая последовательность, современная профессиональная терминология; ответ полностью обоснован, содержит конкретные примеры и основан на личном профессиональном опыте из производственной практики.

*«Хорошо»* - обучающийся предоставил оформленные соответствующим образом документы, включая завершённую и оформленную, согласно требованиям, рукопись ВКР, отзыв руководителя практики; продемонстрировал сформированные, содержащие лишь незначительные отдельные пробелы знаний

по всем контролируемым компетенциям; в целом владеет способностью и готовностью применять знания, умения и навыки для решения профессиональных задач на практике лишь с небольшими затруднениями; в ответе присутствует структура, логическая последовательность, профессиональная терминология; ответ обоснован, содержит конкретные примеры и основан на личном профессиональном опыте из производственной практики, допущены незначительные неточности при ответе, которые исправлены под руководством преподавателя.

*«Удовлетворительно»* - обучающийся предоставил оформленные соответствующим образом документы, включая не полностью завершённую, но оформленную согласно требованиям рукопись ВКР, отзыв руководителя практики; продемонстрировал неполные знания и представления по существу проверяемых компетенции; демонстрирует в целом наличие сформированного, но несистемного применения полученных знаний, умений и навыков для решения профессиональных задач; допускает ошибки при обосновании своего ответа, способен приводить примеры из производственной практики; речевое оформление ответа требует поправок, уточнений, коррекции.

*«Неудовлетворительно»* - обучающийся предоставил неполный перечень отчетной документации, отчетные документы не соответствуют предъявляемым требованиям, предоставлены не вовремя, не предоставлен проект рукописи ВКР; при ответе демонстрирует отсутствие знаний, умений и навыков или фрагментарные знания, умения и навыки по контролируемым компетенциям, неспособность применять их на практике для решения профессиональных задач; не в состоянии обосновать свой ответ, не приводит примеры из производственной практики; дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа.