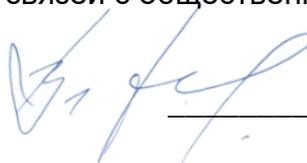


МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

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



_____ д.ф.н. Тулупов В.В.

28.04.2024 г.

**ПРОГРАММА ПРАКТИКИ ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ
ПМ.03 «Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Ин-
тернет средствами цифровых коммуникационных технологий»**

**ПП.03.01 Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде
Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий**

1. Код и наименование направления подготовки/специальности: 42.02.01 «Реклама»
 2. Профиль подготовки/специализация: гуманитарный
 3. Квалификация (степень) выпускника: среднее профессиональное образование
 4. Форма обучения: очная
 5. Кафедра, отвечающая за реализацию практики: кафедра связей с общественностью, рекламы и дизайна факультета журналистики ВГУ
 6. Составители программы: Осенкова Т.А. преп., к.ф.н.
 7. Рекомендована: НМС факультета журналистики протокол от 18.04.2024 № 7
 8. Учебный год: 2026/2027
- Семестр(ы): 6 семестр

9. Цель практики: Программа производственной практики является частью программы профессионального модуля ПМ.03 «Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий», практика реализуется частично в форме практической подготовки.

Цели производственной практики:

- формирование у обучающихся профессиональных компетенций по модулю ПМ 03. в условиях работы на рекламных предприятиях;
- приобретение навыков работы с социальными сетями, блогами, форумами и другими онлайн-платформами для продвижения брендов.

Форма промежуточной аттестации: дифференцированный зачет.

Коды формируемых (сформированных) компетенций: ОК 1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 7, ПК. 4.1, ПК 4.2., ПК 4.3, ПК 4.4

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен:

иметь практический опыт:

- работы с программами и сервисами для продвижения в Интернете.
- работы с инструментами аналитики и мониторинга эффективности продвижения в Интернете.

уметь:

- работать с различными инструментами и технологиями для продвижения в Интернете;
- анализировать эффективность продвижения в Интернете;
- создавать и управлять контентом для продвижения в Интернете;
- работать в команде и эффективно коммуницировать с коллегами и клиентами.

знать:

- особенности работы с целевой аудиторией в Интернете;
- особенности работы с социальными сетями, блогами, форумами и другими онлайн-платформами для продвижения брендов;
- методы контекстной рекламы и поисковых систем для продвижения в Интернете.

Количество часов на освоение производственной практики в рамках освоения ПМ.03 «Продвижение торговых марок, брендов и организаций в среде Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий» - 72 часа.

Место проведения производственной практики: на базе рекламных предприятий, с которыми заключен договор.

Время проведения учебной практики: 6 семестр.

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

Компетенция		Планируемые результаты обучения
Код	Название	
ОК 1	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;	<p>знать: технику, технологии и технические средства интернете рекламы</p> <p>уметь: использовать мультимедийные и web-технологии для разработки и внедрения рекламного продукта;</p>
ОК 2	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации инфор-	<p>знать: технические и программные средства для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации;</p> <p>уметь: использовать профессиональные пакеты программного обес-</p>

	мации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;	печения для обработки графики, аудио-, видео-, анимации;
ОК 3	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;	знать: технологию создания Интернет-рекламы; уметь: разрабатывать сценарии для съемок и монтажа рекламы;
ОК 4	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;	знать: особенности распределения обязанностей в команде при разработки и внедрении РП в Интернет.
ОК 5	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;	иметь практический опыт создания текста для интернет-каналов.
ОК 9	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.	Иметь практический опыт: работы с профессиональным программным обеспечением.
ПК 3.1.	ПК 3.1. Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет.	иметь практический опыт: выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта для размещения в Интернете уметь: Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет.
ПК 3.2.	ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.	Иметь практический опыт: построения модели (макета, сценария) объекта с учетом выбранной технологии; подготовки к производству рекламного продукта; уметь: разрабатывать сценарии для съемок и монтажа рекламы; использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки графики, аудио-, видео-, анимации в Интернете знать: технологию создания Интернет-рекламы; аппаратное и программное обеспечение.
ПК 3.3.	ПК 3.3. Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.	Иметь практический опыт: производства рекламного продукта инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях. Уметь: использовать мультимедийные и web-технологии для разработки и внедрения рекламного продукта;

--	--	--

13. Объем практики (в соответствии с учебным планом)

Общая трудоемкость учебной/производственной практики составляет: 2 недели 72 часов.

Формы промежуточной аттестации (по итогам практики) зачет с оценкой

14. Виды учебной работы

Вид учебной работы	Трудоемкость		
	Всего	По семестрам	
		4 семестр	
		часы	часы практической подготовки
Всего часов			
в том числе:			
Лекционные занятия (контактная работа)	0	0	0
Практические занятия (контактная работа)	48	48	0
Самостоятельная работа (в т.ч. подготовка отчетных документов)	18	18	54
Защита практики	6		
Форма промежуточной аттестации Зачет с оценкой			
Итого:	72	66	66

15. Содержание практики¹

п/п	Разделы (этапы) практики	Содержание раздела
1.	Подготовительный (организационный) *	Формулировка задач. Составление окончательного индивидуального плана работы обучающегося на время прохождения практики. Согласование
2.	Основной (экспериментальный, полевой, исследовательский и т.д.)*	Выполнение практических задач – разработка стратегии продвижения торговой марки Интернет средствами цифровых коммуникационных технологий, еще реализация
3.	Заключительный	Анализ полученных результатов. Подготовка отчета по практике: написание и оформление отчета, подготовка презентации к докладу по результатам практики.
4	Аттестационный	Защита отчета по практике. Подведение итогов практики.

¹ При реализации практики частично в форме практической подготовки необходимо отметить

Содержание учебной / производственной практик

Код ПК	Производственная практика					
	Наименование ПК	Виды работ, обеспечивающие формирование ПК	Объем часов	Уровень освоения	Формат практики (распределенно, концентрированно), базы практики	Показатели освоения ПК
ПК 3.1.	Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет.	разработка стратегии продвижения кампании в интернете	24	репродуктивный	концентрированно, работа на рекламном предприятии	Верное и грамотное выполнение всех предусмотренных видов работ.
ПК 3.2.	Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.	разработка рекламной кампании бренда в сети Интернет.	24	репродуктивный	концентрированно, работа на рекламном предприятии	Верное и грамотное выполнение всех предусмотренных видов работ.
ПК 3.3.	Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.	Проведение рекламной кампании инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.	24	продуктивный	концентрированно, работа на рекламном предприятии	Верное и грамотное выполнение всех предусмотренных видов работ.

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

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

Для характеристики уровня освоения вида работ используются следующие обозначения:

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

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

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

а) основная литература:

№ п/п	Источник
1.	Программа практики по профилю специальности. Учебно-методическое пособие для студентов СПО факультета журналистики, ВГУ; сост. : С.И. Окс, Е.В. Маслова // Воронеж: 2016. - 60 с.
2.	Крайнов, Г. Н. Технология подготовки и реализации кампании по рекламе и связям с общественностью : учебное пособие / Г. Н. Крайнов. — Санкт-Петербург : Лань, 2020. — 372 с. — ISBN 978-5-8114-5733-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/146809 (дата обращения: 13.02.2021).

б) дополнительная литература:

№ п/п	Источник
1.	Ткаченко Н.В. Креативная реклама: технологии проектирования / Н.В. Ткаченко, О.Н. Ткаченко; под ред. Л.М. Дмитриевой. – Москва : Юнити, 2015. – 336 с. – (Азбука рекламы). – Режим доступа: URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114422
2.	Рекламный креатив: технологии разработки : учебное пособие / Л.С. Щукина ; [Воронеж. гос. ун-т, Фак. журналистики] .— Воронеж : Факультет журналистики ВГУ, 2013 .— 188, [1] с. : табл
3.	Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг / Ф.И. Шарков. – Москва: Дашков и К°, 2020. – 324 с. – Режим доступа: URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116042

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

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

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

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

Дистанционные образовательные технологии использованы в виде электронного курса

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

Компетенция		Планируемые результаты обучения	Этапы формирования компетенции (разделы (этапы) практики)
Код	Название		
ОК 1	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;	<p>знать: технику, технологии и технические средства интернете рекламы</p> <p>уметь: использовать мультимедийные и web-технологии для разработки и внедрения рекламного продукта;</p>	Практические работы. Дневник учебной практики. Самостоятельная работа.
ОК 2	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;	<p>знать: технические и программные средства для компьютерной обработки графики, аудио-, видео-, анимации;</p> <p>уметь: использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки графики, аудио-, видео-, анимации;</p>	Практические работы. Дневник учебной практики. Самостоятельная работа.

ОК 3	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;	знать: технологию создания Интернет-рекламы; уметь: разрабатывать сценарии для съемок и монтажа рекламы;	Практические работы. Дневник учебной практики. Самостоятельная работа.
ОК 4	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;	знать: особенности распределения обязанностей в команде при разработке и внедрении РП в Интернет.	Практические работы. Дневник учебной практики. Самостоятельная работа.
ОК 5	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;	иметь практический опыт создания текста для интернет-каналов.	Практические работы. Дневник учебной практики. Самостоятельная работа.
ОК 9	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.	Иметь практический опыт: работы с профессиональным программным обеспечением.	Практические работы. Дневник учебной практики. Самостоятельная работа.
ПК 3.1.	ПК 3.1. Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет.	иметь практический опыт: выбора и использования инструмента, оборудования и основных изобразительных средств и материалов при исполнении рекламного продукта для размещения в Интернете уметь: Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет.	Практические работы. Дневник учебной практики. Самостоятельная работа.
ПК 3.2.	ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.	Иметь практический опыт: построения модели (макета, сценария) объекта с учетом выбранной технологии; подготовки к производству рекламного продукта; уметь: разрабатывать сценарии для съемок и монтажа рекламы;	Практические работы. Дневник учебной практики. Самостоятельная работа.

		использовать профессиональные пакеты программного обеспечения для обработки графики, аудио-, видео-, анимации в Интернете знать: технологию создания Интернет-рекламы; аппаратное и программное обеспечение.	
ПК 3.3.	ПК 3.3. Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.	Иметь практический опыт: производства рекламного продукта инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях. Уметь: использовать мультимедийные и web-технологии для разработки и внедрения рекламного продукта;	Практические работы. Дневник учебной практики. Самостоятельная работа.

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

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

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

Пороговый уровень освоения компетенций («удовлетворительно»):

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

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

Средний уровень освоения компетенций («хорошо»):

Обучающийся применяет нормы оформления документов. Выполняет виды работ в установленных рамках. Способен провести наблюдение, анализ и обобщение результатов и сделать выводы по результатам учебной практики. Умеет составить

письменный отчет с графической интерпретацией результатов с использованием специализированных программных продуктов.

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

Высокий уровень освоения компетенций («отлично»):

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

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

ПК 3.1. Разрабатывать стратегии продвижения бренда в сети Интернет.

Уровень освоения компетенции	Результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения
Пороговый	Обучающийся должен иметь практический опыт: - работы с программами и сервисами для продвижения в Интернете. уметь: - работать с различными инструментами и технологиями для продвижения в Интернете; - анализировать эффективность продвижения в Интернете; знать:	Допускает единичные ошибки в определениях, нормах, методах, классификациях и основных понятиях. Способен применять только типичные, наиболее часто встречающиеся приемы по конкретной сформулированной задаче. Знает основные методы проектирования рекламного продукта. Способен применять теоретические знания к конкретному фактическому материалу.

<p>Средний</p>	<p>- особенности работы с целевой аудиторией в Интернете;</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, нестандартных проблем</p>
<p>Высокий</p>		<p>Свободно оперирует основными понятиями, терминами, нормами, методами, классификациями.</p> <p>Знает критерии эффективности решения поставленной задачи.</p> <p>Умеет выбрать эффективные приемы решения поставленной профессиональной задачи.</p> <p>Владеет основными методами по проектированию рекламного продукта и психологического воздействия на потребителя. Способен решать сложные, нестандартные задачи.</p>

ПК 3.2. Разрабатывать рекламные кампании бренда в сети Интернет.

Уровень освоения компетенции	Результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения
Пороговый	<p>Обучающийся должен иметь практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none">- работы с инструментами аналитики и мониторинга эффективности продвижения в Интернете. <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none">- создавать и управлять контентом для продвижения в Интернете; <p>знать:</p> <p>особенности работы с социальными сетями, блогами, форумами и другими онлайн-платформами для продвижения брендов;</p>	<p>Допускает единичные ошибки в определениях, нормах, методах, классификациях и основных понятиях.</p> <p>Способен применять только типичные, наиболее часто встречающиеся приемы по конкретной сформулированной задаче.</p> <p>Знает основные методы проектирования рекламного продукта.</p> <p>Способен применять теоретические знания к конкретному фактическому материалу.</p>
Средний		<p>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>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 3.3. Проводить рекламную кампанию инструментами поисковой оптимизации, контекстно-медийной рекламы и маркетинга в социальных сетях.

Уровень освоения компетенции	Результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения
<p>Пороговый</p>	<p>Обучающийся должен иметь практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none">- работы с инструментами аналитики и мониторинга эффективности продвижения в Интернете. <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none">- работать в команде и эффективно коммуницировать с коллегами и клиентами. <p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none">- методы контекстной рекламы и поисковых систем для продвижения в Интернете.	<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>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>Высокий</p>		<p>Свободно оперирует основными понятиями, терминами, нормами, методами, классификациями.</p> <p>Знает критерии эффективности решения поставленной задачи.</p> <p>Умеет выбрать эффективные приемы решения поставленной профессиональной задачи.</p> <p>Владеет основными методами по проектированию рекламного продукта и психологического воздействия на потребителя. Способен решать сложные, неординарные задачи.</p>

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

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

Тестовые задания с вариантом ответа:

1. Выберите правильный вариант ответа:

Размер стандартного квадратного веб-баннера?

- A. 300x600
- B. 728x90
- C. 300x300**
- D. 100x100

2. Выберите правильный вариант ответа:

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

- A. RGB**
- B. HSB
- C. CDR
- D. CMYK

3. Выберите правильный вариант ответа:

Что такое landingpage?

- A. веб-страница, построенная определенным образом, основной задачей которой является сбор контактных данных целевой аудитории. Landingpage используется для усиления эффективности рекламы.**
- B. веб-страница, построенная определенным образом, основной задачей которой является продажа товара/услуги без какого-либо контактирования с клиентом.
- C. веб-страница, построенная определенным образом, которая носит рекламный характер и выполняет только информационную функцию.
- D. верного ответа нет

Тестовые задания повышенной сложности:

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

Ответ:

Длина и ширина

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

Ответ: Межкадровый монтаж

Мини-кейсы:

1

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

Ответ:

5 баллов – идея оригинальна, учтены особенности рекламируемого продукта

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

0 баллов - идея банальна, не учтены особенности рекламируемого продукта

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

Разработка и создание промо-сайтов новых товаров и услуг;
Создание рекламных фото интернет-каталогов ювелирных изделий;
Студийная видеосъемка рекламного видеоролика для сата
Создание рекламных интернет баннеров.

19.3.2 Содержание (структура) отчета и дневника практики

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

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

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

Обучающимся составляется отчет, который утверждается организацией.

Обучающийся ведет дневник в течение всего времени прохождения практики.

Обучающийся в обязательном порядке прикладывает Приложение в форме творческого досье.

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

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

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