

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

УТВЕРЖДАЮ  
Заведующий кафедрой  
Рекламы и дизайна  
факультета журналистики

 д.ф.н., проф. В.В. Тулупов  
24.05.2018г.

**КОМПЛЕКТ КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ  
ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ**

**ПМ.05. Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих,  
должностям служащих (Агент рекламный)**

*Код и наименование дисциплины в соответствии с Учебным планом*

**42.02.01. Реклама**

*Шифр и наименование специальности*

**гуманитарный**

*Профиль подготовки (технический, естественнонаучный, социально-экономический,  
гуманитарный)*

**специалист по рекламе**

*Квалификация выпускника*

**очная**

*Форма обучения*

Учебный год: **2018/2019**

Семестр(ы): 7, 8

Рекомендована: **НМС факультета журналистики**

*(Наименование рекомендующей структуры)*

протокол от 24.05.2018 № 5

Составители программы:

**Махмудова А.С., преподаватель каф. рекламы и дизайна ф-та журналистики ВГУ**

**Окс С.И., канд. филол. наук, доцент ВГУ**

## Общие положения

Результатом освоения профессионального модуля является готовность обучающегося к выполнению основного вида профессиональной деятельности специалиста по рекламе - выполнение работ по профессии «Агент рекламный» и составляющих его профессиональных компетенций, а также общие компетенции, формирующиеся в процессе освоения ОП в целом.

Формой аттестации по профессиональному модулю является экзамен (квалификационный). Итогом экзамена является однозначное решение: «вид профессиональной деятельности освоен / не освоен». Решение комиссии заносится преподавателем в зачетную книжку обучающегося по пятибалльной системе (кроме «неудовлетворительно») и экзаменационную ведомость (в т.ч. и «неудовлетворительно»).

### 1. Формы промежуточной аттестации по профессиональному модулю

Таблица 1

Элементы модуля, профессиональный модуль	Формы промежуточной аттестации
1	2
МДК.05.01. Введение в профессию «Агент рекламный»	Экзамен
МДК.05.02. Спрос и предложение на рынке труда рекламных услуг	Экзамен
УП.05.01. Введение в профессию Агент рекламный	Зачет
ПП.05.01. Выполнение работ по профессии Агент рекламный	Дифференцированный зачет
<b>ПМ. 05</b> Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих (Агент рекламный)	<b>Экзамен квалификационный</b>

### 2. Результаты освоения модуля, подлежащие проверке

#### 2.1. Профессиональные и общие компетенции

В результате контроля и оценки по профессиональному модулю осуществляется комплексная проверка следующих профессиональных и общих компетенций:

Таблица 2

Результаты (освоенные профессиональные и общие компетенции)	Основные показатели оценки результата
ПК-5.1 Осуществлять деятельность по поиску и привлечению клиентов. ОК-2 Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество. ОК-4 Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития. ОК-5 Использовать информационно-	Демонстрация навыков ведения переговоров с заказчиком при осуществлении деятельности по поиску и привлечению клиентов, понимая сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявляя к ней устойчивый интерес. Осуществление деятельности по поиску и привлечению клиентов, учитывая социально-психологические основы рекламы, зная факторы и методы воздействия на человека. Осуществление выбора и использование

<p>коммуникативные технологии в профессиональной деятельности. ОК-9 Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.</p>	<p>различных видов средств распространения рекламы, используя информационно-коммуникативные технологии в профессиональной деятельности.</p>
<p>ПК-5.2 Оформлять договорную и финансовую документацию при работе с заказчиком. ОК-4 Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития. ОК-5 Использовать информационно-коммуникативные технологии в профессиональной деятельности. ОК-9 Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.</p>	<p>Использования офисной оргтехники, информационных и коммуникационных технологий при оформлении заказа, оформляя договорную и финансовую документацию при работе с заказчиком. Использовать информационно-коммуникативные технологии для осуществления поиска информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития, ориентируясь в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.</p>
<p>ПК-5.3 Работать в рекламных акциях в качестве исполнителя. 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.</p>	<p>Демонстрация работы в рекламных акциях в качестве исполнителя, имея практический опыт организации связи со СМИ, организовывая собственную деятельность, выбирая типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивая их эффективность и качество. Проявление ответственности за свои действия в различных ситуациях.</p>
<p>ПК-5.4 Осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг 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.</p>	<p>Демонстрация умений контактировать с заказчиком рекламного продукта и ведения с ним переговоров, осуществляя в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг, организовывая собственную деятельность, выбирая типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивая их эффективность и качество.</p>
<p>ПК-5.5 Составлять и оформлять простые тексты рекламных объявлений. 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.</p>	<p>Демонстрация навыков по созданию текстов рекламных объявлений при организации собственной деятельности, учитывая требования к рекламированию товаров и услуг, установленных законом, неся ответственность за ненадлежащую рекламу. Проявление ответственности за свои действия в различных ситуациях.</p>
<p>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.</p>	<p>Правильная постановка задач и их оценка при общении с коллегами, руководством, потребителями. Проявление ответственности за действия членов команды (подчиненных). Проявление ответственности за результат выполнения задания.</p>
<p>ОК-8 Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно</p>	<p>Корректное определение задач профессионального и личностного развития. Самостоятельное изучение новых</p>

планировать повышение квалификации.	направлений и инноваций в профессии. Проявление желания повысить свою квалификацию.
-------------------------------------	--

### 3. Оценка освоения теоретического курса профессионального модуля

#### 3.1. Типовые задания для оценки освоения МДК

##### 3.3.1. Типовые задания для оценки освоения МДК.05.01. Введение в профессию «Агент рекламный»

###### **Задание 1. Деловая игра**

Проверяемые результаты обучения:

Проверяемый раздел дисциплины: Тема 1.2. Основы работы рекламного агента

Проверяемые компетенции: ПК-5.1, ПК-5.3, ПК-5.4, ОК 2, ОК 4, ОК 5, ОК 9

Текст задания:

###### **Деловая игра «Взаимодействие «клиент-агент»**

**Концепция игры** Группа делится на две подгруппы. Каждому студенту присуждается поочередно роль то клиента, то рекламного агента. Обыгрываются разные деловые сценарии.

###### **Роли:**

- клиент,
- агент.

###### **Ожидаемый результат: усвоение изученной программы**

###### **Критерии оценки:**

- оценка «отлично» выставляется студенту, если он показал высокий коммуникативный уровень при взаимодействии с клиентом\агентом, с достоинством обыграл проблемные ситуации, сумел продать свои услуги;
- оценка «хорошо» выставляется студенту, если он достойно отработал предложенный сценарий с небольшими недочетами:
- оценка «удовлетворительно» выставляется, если студент понял ситуацию, но не смог применить теоретические навыки, чтобы продать продукт\услугу;
- оценка «неудовлетворительно» выставляется, если студент понял ситуацию, но не смог применить теоретические навыки, демонстрировал пассивное отношение к ситуации.

###### **Задание 2. Групповое творческое задание**

Проверяемые результаты обучения:

Проверяемый раздел дисциплины: Тема 1.1 Менеджмент в отделе продаж

Проверяемые компетенции: ПК-5.1, ОК 1, ОК 3, ОК 8, ОК 10, ОК 11

Текст задания:

Отработка методов поиска клиентов

###### **Вариант 1**

Сделать обзор всех тендерных рекламных площадок. Рассказать о плюсах и минусах

###### **Вариант 2**

Сделать обзор всех freelance-площадок. Рассказать о плюсах и минусах.

###### **Критерии выставления оценки:**

- оценка «зачтено» выставляется студенту, если результативность его работы составила 50 и более процентов;
- оценка «не зачтено» выставляется, если результативность его работы составила 49 и менее процентов.

###### **Задание 3. Индивидуальное творческое задание**

Проверяемые результаты обучения:

Проверяемый раздел дисциплины: Тема 1.3. Программное и техническое обеспечение работы агента

Проверяемые компетенции: ПК-5.2, ОК 6, ОК 7

Текст задания:

Закрепление принципов формирования прайса рекламного продукта

**Вариант 1** Сделать прайс согласно предоставленным ценовым данным для BTL-агентства.

**Вариант 2** Сделать прайс согласно предоставленным ценовым данным для медиаагентства.

**Критерии выставления оценки:**

- оценка «зачтено» выставляется студенту, если результативность его работы составила 50 и более процентов;

- оценка «не зачтено» выставляется, если результативность его работы составила 49 и менее процентов.

#### **Задание 4. Дискуссия**

Проверяемые результаты обучения:

Проверяемый раздел дисциплины: Тема 1.2. Основы работы рекламного агента

Проверяемые компетенции: ПК-5.1, ПК-5.3, ПК-5.4, ОК 1, ОК 3, ОК 8, ОК 10, ОК 11

Текст задания:

**Дискуссия, полемика, диспут, дебаты**

**Перечень дискуссионных тем для круглого стола (полемики, диспута, дебатов):**

1. Тенденции к планированию работы отделов продаж в рекламных агентствах.

2. Основные качества аккаунт-менеджеров.

3. Методы рекрутинга рекламных агентов.

4. Вторичная продажа рекламного продукта: стоит ли пробовать.

5. Основные преграды при совершении холодных звонков.

**Критерии выставления оценки:**

оценка «отлично» выставляется студенту, если он показал высокий коммуникативный уровень, с достоинством обыграл проблемные ситуации, сумел продать свои услуги;

оценка «хорошо» выставляется студенту, если он достойно отработал предложенный сценарий с небольшими недочетами:

оценка «удовлетворительно» выставляется, если студент понял ситуацию, но не смог применить теоретические навыки, чтобы продать продукт\услугу;

- оценка «неудовлетворительно» выставляется, если студент понял ситуацию, но не смог применить теоретические навыки, демонстрировал пассивное отношение к ситуации.

#### **Задание 5. Индивидуальное творческое задание**

Проверяемые результаты обучения:

Проверяемый раздел дисциплины: Тема 1.1 Менеджмент в отделе продаж

Проверяемые компетенции: ПК-5.1, ПК-5.5, ОК 2, ОК 4, ОК 5, ОК 9.

Текст задания:

**Индивидуальные творческие задания (проекты):**

1. Правила для успешной e-mail рассылки.

2. Личное позиционирование агента (офлайн и онлайн-приемы).

**Критерии оценки:**

- оценка «отлично» выставляется студенту, если он показал высокий коммуникативный уровень, с достоинством обыграл проблемные ситуации, сумел выполнить задание на профессиональном уровне;

- оценка «хорошо» выставляется студенту, если он достойно отработал предложенную ситуацию с небольшими недочетами:
- оценка «удовлетворительно» выставляется, если студент понял ситуацию, но не смог применить теоретические навыки, чтобы продать продукт\услугу агентства;
- оценка «неудовлетворительно» выставляется, если студент понял ситуацию, но не смог применить теоретические навыки, продемонстрировал пассивное отношение к ситуации.

### **Задание 6. Деловая игра**

Проверяемые результаты обучения:

Проверяемый раздел дисциплины: Тема 1.1 Менеджмент в отделе продаж

Проверяемые компетенции: ПК-5.1, ПК-5.3, ПК-5.4, ОК 2, ОК 4, ОК 5, ОК 9.

Текст задания:

#### **Деловые ситуации**

1. «Трудный клиент»
2. «Переговоры с клиентом»
3. «Обучение агентов»

#### **Критерии оценки:**

- оценка «отлично» выставляется студенту, если он показал высокий коммуникативный уровень, с достоинством обыграл проблемные ситуации, сумел выполнить задание на профессиональном уровне;
- оценка «хорошо» выставляется студенту, если он достойно отработал предложенную ситуацию с небольшими недочетами:
- оценка «удовлетворительно» выставляется, если студент понял ситуацию, но не смог применить теоретические навыки, чтобы продать продукт\услугу агентства;
- оценка «неудовлетворительно» выставляется, если студент понял ситуацию, но не смог применить теоретические навыки, продемонстрировал пассивное отношение к ситуации.

### **Задание 7. Эссе**

Проверяемые результаты обучения:

Проверяемый раздел дисциплины: Тема 1.1 Менеджмент в отделе продаж

Проверяемые компетенции: ОК 1, ОК 3, ОК 8, ОК 10, ОК 11

Текст задания:

Подготовить эссе на одну из предложенных тем:

1. Идеальная структура отдела продаж.
2. Особенности составления коммерческих предложений.
3. Различия работы в сегментах B2C и B2B.

#### **Критерии оценки:**

- оценка «отлично» выставляется студенту, если задания подготовлены своевременно и в полном объеме;
- оценка «хорошо» выставляется студенту, если задания подготовлены своевременно, но не в полной мере соответствуют требованиям;
- оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если задания не в полной мере соответствуют требованиям и выполнены несвоевременно
- оценка «неудовлетворительно», если студент не выполнил задания.

## **4. Контроль приобретения практического опыта. Оценка по учебной и (или) производственной практике**

### **4.1. Общие положения**

## Производственная практика

Цели производственной практики:

формирование у обучающихся практических умений;

приобретение практического опыта деятельности в рамках профессиональных модуля ПМ 05;

формирование у студентов представления о принципах работы рекламного агента.

Целью оценки по учебной и производственной практике является оценка:

1) профессиональных и общих компетенций;

2) практического опыта и умений.

Оценка по учебной и (или) производственной практике выставляется на основании данных аттестационного листа (характеристики профессиональной деятельности обучающегося/студента на практике) с указанием видов работ, выполненных обучающимся во время практики, их объема, качества выполнения в соответствии с технологией и (или) требованиями организации, в которой проходила практика.

### 4.2. Виды работ практики и проверяемые результаты обучения по профессиональному модулю

Таблица 3

Иметь практический опыт	Виды и объем работ на учебной практике, требования к их выполнению и/ или условия выполнения	Документ, подтверждающий качество выполнения работ
Осуществление деятельности по поиску и привлечению клиентов. Оформление договорной и финансовой документации при работе с заказчиком.	концентрированно, работа на рекламном предприятии	Отчет о практике, дневник практиканта, отзыв, подписанный руководителем практики со стороны предприятия
Работа в рекламных акциях в качестве исполнителя. Осуществление в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг	концентрированно, работа на рекламном предприятии	Отчет о практике, дневник практиканта, отзыв, подписанный руководителем практики со стороны предприятия
Составление и оформление простых текстов рекламных объявлений	концентрированно, работа на рекламном предприятии	Отчет о практике, дневник практиканта, отзыв, подписанный руководителем практики со стороны предприятия

## 5. Контрольно-оценочные материалы для экзамена квалификационного

### 5.1. Паспорт

Назначение:

КОСы предназначены для контроля и оценки результатов освоения профессионального модуля ПМ.05. Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих (Агент рекламный)

*(наименование модуля)*

по специальности СПО: 42.02.01 «Реклама»

*(код, название специальности)*

### **Форма проведения экзамена квалификационного**

Экзамен проводится в виде устного опроса по заранее подготовленным билетам  
*(перечисляются все виды заданий или этапы, входящие в экзамен квалификационный)*

## **5.2. Задание для экзаменуемого**

### **Вариант № 1**

Коды проверяемых профессиональных и общих компетенций: ПК-5.1, ОК 2, ОК 4, ОК 5

Инструкция:

Внимательно прочитайте задание.

Время выполнения задания: 20 минут на подготовку общего ответа по билету, 10 минут на устный ответ студента, включая дополнительные вопросы преподавателя.

Билет 1

1. Специфика работы рекламного агента.
2. Распределение обязанностей в отделе продаж. Роль и задачи каждого сотрудника.

### **Вариант № 2**

Коды проверяемых профессиональных и общих компетенций: ОК 1, ОК 7, ОК 9

Инструкция:

Внимательно прочитайте задание.

Время выполнения задания: 20 минут на подготовку общего ответа по билету, 10 минут на устный ответ студента, включая дополнительные вопросы преподавателя.

Билет 2

1. Понятие продающего письма. Его основные элементы.
2. Понятие холодных звонков.

### **Вариант № 3**

Коды проверяемых профессиональных и общих компетенций: ПК-5.1, ОК 1, ОК 3, ОК 8, ОК 11.

Инструкция:

Внимательно прочитайте задание.

Время выполнения задания: 20 минут на подготовку общего ответа по билету, 10 минут на устный ответ студента, включая дополнительные вопросы преподавателя

Билет 3

1. Виды и методы рекламных продаж.
2. Принципы работы с клиентами.

### **Вариант № 4**

Коды проверяемых профессиональных и общих компетенций: ПК-5.1, ОК 4, ОК 7, ОК 11.

Инструкция:

Внимательно прочитайте задание.

Время выполнения задания: 20 минут на подготовку общего ответа по билету, 10 минут на устный ответ студента, включая дополнительные вопросы преподавателя

Билет 4

1. Методы поиска клиентов.
2. Личное позиционирование агента (офлайн и онлайн-приемы).

### **Вариант № 5**

Коды проверяемых профессиональных и общих компетенций: ПК-5.2, ОК 5, ОК 9, ОК 11.

Инструкция:

Внимательно прочитайте задание.

Время выполнения задания: 20 минут на подготовку общего ответа по билету, 10 минут на устный ответ студента, включая дополнительные вопросы преподавателя

Билет 5

1. Принципы формирования прайса рекламного продукта
2. Секреты успешных рекламных агентов

### **Вариант № 6**

Коды проверяемых профессиональных и общих компетенций: ПК-5.1, ПК-5.3, ОК 1, ОК 3, ОК 8, ОК 11.

Инструкция:

Внимательно прочитайте задание.

Время выполнения задания: 20 минут на подготовку общего ответа по билету, 10 минут на устный ответ студента, включая дополнительные вопросы преподавателя

Билет 6

1. Различия в работе менеджера по рекламе и рекламного агента.
2. Правила работы с теплыми и горячими звонками.

### **Вариант № 7**

Коды проверяемых профессиональных и общих компетенций: ПК-5.2, ПК-5.5, ОК 2, ОК 6, ОК 8, ОК 9.

Инструкция:

Внимательно прочитайте задание.

Время выполнения задания: 20 минут на подготовку общего ответа по билету, 10 минут на устный ответ студента, включая дополнительные вопросы преподавателя

Билет 7

1. Особенности составления коммерческих предложений.
2. Принципы составления коммерческих презентаций.

### **Вариант № 8**

Коды проверяемых профессиональных и общих компетенций: ОК 1, ОК 6, ОК 8, ОК 10.

Инструкция:

Внимательно прочитайте задание.

Время выполнения задания: 20 минут на подготовку общего ответа по билету, 10 минут на устный ответ студента, включая дополнительные вопросы преподавателя

Билет 8

1. Понятие воронки продаж.
2. Программы, упрощающие работу с клиентами (CRM и другие).

### **Вариант № 9**

Коды проверяемых профессиональных и общих компетенций: ПК-5.1, ПК-5.4, ОК 1, ОК 5, ОК 7, ОК 9.

Инструкция:

Внимательно прочитайте задание.

Время выполнения задания: 20 минут на подготовку общего ответа по билету, 10 минут на устный ответ студента, включая дополнительные вопросы преподавателя

Билет 9

1. Работа с тендерами
2. Принципы позиционирования рекламного агента.

### **Вариант № 10**

Коды проверяемых профессиональных и общих компетенций: ПК-5.5, ОК 2, ОК 7, ОК 8.

Инструкция:

Внимательно прочитайте задание.

Время выполнения задания: 20 минут на подготовку общего ответа по билету, 10 минут на устный ответ студента, включая дополнительные вопросы преподавателя

Билет 10

1. Схема вознаграждения рекламного агента, правила сотрудничества с редакциями.
2. Правила для успешной e-mail рассылки.

### **Вариант № 11**

Коды проверяемых профессиональных и общих компетенций: ПК-5.1, ОК 5, ОК 6, ОК 11.

Инструкция:

Внимательно прочитайте задание.

Время выполнения задания: 20 минут на подготовку общего ответа по билету, 10 минут на устный ответ студента, включая дополнительные вопросы преподавателя

Билет 11

1. Понятие landing page и его роль в поиске новых клиентов.
2. Нестандартные приемы поиска клиентов.

### **Вариант № 12**

Коды проверяемых профессиональных и общих компетенций: ПК-5.1, ОК 1, ОК 2, ОК 6, ОК 8.

Инструкция:

Внимательно прочитайте задание.

Время выполнения задания: 20 минут на подготовку общего ответа по билету, 10 минут на устный ответ студента, включая дополнительные вопросы преподавателя

Билет 12

1. Понятие портфолио и его роль в работе с клиентами.
2. Отслеживание эффективности конкретного рекламного канала.

### **Вариант № 13**

Коды проверяемых профессиональных и общих компетенций: ПК-5.1, ПК-5.3, ОК 1, ОК 3, ОК 8, ОК 10.

Инструкция:

Внимательно прочитайте задание.

Время выполнения задания: 20 минут на подготовку общего ответа по билету, 10 минут на устный ответ студента, включая дополнительные вопросы преподавателя

Билет 13

1. Антикризисный менеджмент: какова роль рекламного агента сегодня.
2. Специфика работы рекламного агента

### **Вариант № 14**

Коды проверяемых профессиональных и общих компетенций: ПК-5.1, ПК-5.3, ОК 4, ОК 6, ОК 9, ОК 11.

Инструкция:

Внимательно прочитайте задание.

Время выполнения задания: 20 минут на подготовку общего ответа по билету, 10 минут на устный ответ студента, включая дополнительные вопросы преподавателя

Билет 14

1. Специфика работы рекламного агента.
2. Принципы позиционирования рекламного агента.

### **Вариант № 15**

Коды проверяемых профессиональных и общих компетенций: ПК-5.5, ОК 1, ОК 5, ОК 7, ОК 9.

Инструкция:

Внимательно прочитайте задание.

Время выполнения задания: 20 минут на подготовку общего ответа по билету, 10 минут на устный ответ студента, включая дополнительные вопросы преподавателя

Билет 15

1. Понятие продающего письма. Его основные элементы
2. Правила для успешной e-mail рассылки

### **Вариант № 16**

Коды проверяемых профессиональных и общих компетенций: ПК-5.1, ОК 2, ОК 3, ОК 8, ОК 10.

Инструкция:

Внимательно прочитайте задание.

Время выполнения задания: 20 минут на подготовку общего ответа по билету, 10 минут на устный ответ студента, включая дополнительные вопросы преподавателя

Билет 16

1. Виды и методы рекламных продаж
2. Отслеживание эффективности конкретного рекламного канала

### **Вариант № 17**

Коды проверяемых профессиональных и общих компетенций: ПК-5.1, ОК 1, ОК 4, ОК 5, ОК 10.

Инструкция:

Внимательно прочитайте задание.

Время выполнения задания: 20 минут на подготовку общего ответа по билету, 10 минут на устный ответ студента, включая дополнительные вопросы преподавателя

Билет 17

1. Методы поиска клиентов.
2. Распределение обязанностей в отделе продаж. Роль и задачи каждого сотрудника.

### **Вариант № 18**

Коды проверяемых профессиональных и общих компетенций: ПК-5.2, ОК 2, ОК 4, ОК 6, ОК 7. .

Инструкция:

Внимательно прочитайте задание.

Время выполнения задания: 20 минут на подготовку общего ответа по билету, 10 минут на устный ответ студента, включая дополнительные вопросы преподавателя

Билет 18

1. Принципы формирования прайса рекламного продукта
2. Программы, упрощающие работу с клиентами (CRM и другие).

### **Вариант № 19**

Коды проверяемых профессиональных и общих компетенций: ПК-5.1, ОК 1, ОК 4, ОК 6, ОК 8.

Инструкция:

Внимательно прочитайте задание.

Время выполнения задания: 20 минут на подготовку общего ответа по билету, 10 минут на устный ответ студента, включая дополнительные вопросы преподавателя

Билет 19

1. Различия в работе менеджера по рекламе и рекламного агента
2. Распределение обязанностей в отделе продаж. Роль и задачи каждого сотрудника.

### **Вариант № 20**

Коды проверяемых профессиональных и общих компетенций: ПК-5.2, ПК-5.5, ОК 1, ОК 2, ОК 5, ОК 9.

Инструкция:

Внимательно прочитайте задание.

Время выполнения задания: 20 минут на подготовку общего ответа по билету, 10 минут на устный ответ студента, включая дополнительные вопросы преподавателя

Билет 20

1. Особенности составления коммерческих предложений.
2. Правила работы с теплыми и горячими звонками.

### **Вариант № 21**

Коды проверяемых профессиональных и общих компетенций: ОК 1, ОК 5, ОК 8, ОК 11.

Инструкция:

Внимательно прочитайте задание.

Время выполнения задания: 20 минут на подготовку общего ответа по билету, 10 минут на устный ответ студента, включая дополнительные вопросы преподавателя

Билет 21

1. Понятие воронки продаж
1. Принципы работы с клиентами.

### **Вариант № 22**

Коды проверяемых профессиональных и общих компетенций: ПК-5.1, ПК-5.3, ОК 2, ОК 4, ОК 8, ОК 10.

Инструкция:

Внимательно прочитайте задание.

Время выполнения задания: 20 минут на подготовку общего ответа по билету, 10 минут на устный ответ студента, включая дополнительные вопросы преподавателя

Билет 22

1. Работа с тендерами
2. Личное позиционирование агента (офлайн и онлайн-приемы).

### **Вариант № 23**

Коды проверяемых профессиональных и общих компетенций: ОК 4, ОК 6, ОК 7, ОК 11.

Инструкция:

Внимательно прочитайте задание.

Время выполнения задания: 20 минут на подготовку общего ответа по билету, 10 минут на устный ответ студента, включая дополнительные вопросы преподавателя

Билет 23

1. Схема вознаграждения рекламного агента, правила сотрудничества с редакциями.
2. Программы, упрощающие работу с клиентами (CRM и другие).

### **Вариант № 24**

Коды проверяемых профессиональных и общих компетенций: ОК 1, ОК 3, ОК 6, ОК 8.

Инструкция:

Внимательно прочитайте задание.

Время выполнения задания: 20 минут на подготовку общего ответа по билету, 10 минут на устный ответ студента, включая дополнительные вопросы преподавателя  
Билет 24

1. Понятие landing page и его роль в поиске новых клиентов.
2. Отслеживание эффективности конкретного рекламного канала

### Вариант № 25

Коды проверяемых профессиональных и общих компетенций: ПК-5.1, ОК 2, ОК 3, ОК 4, ОК 10.

Инструкция:

Внимательно прочитайте задание.

Время выполнения задания: 20 минут на подготовку общего ответа по билету, 10 минут на устный ответ студента, включая дополнительные вопросы преподавателя  
Билет 25

1. Нестандартные приемы поиска клиентов.
2. Понятие портфолио и его роль в работе с клиентами.

**Оборудование:** учебная аудитория, место преподавателя (стол, стул), места для студентов – не менее 6 (столы, стулья).

### 5.3. Пакет экзаменатора

#### Билеты входят в пункт 5.2

Условия проведения: устный опрос по заранее подготовленным билетам в учебной аудитории.

Количество вариантов каждого задания / пакетов заданий для экзаменуемого: 25 билетов (50 вопросов):

### Перечень используемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

#### Основные источники:

1. Иванов А. *Бесплатная реклама: результат без бюджета.* – ПМ: Альпина Паблишерз, 2010, – 102 стр. \*\*\*
2. Назайкин А.Н. *Справочник рекламного агента.* – М.: Эксмо, 2008. – 416 стр.
3. Уэллс Ч. *Реклама: принципы и практика: учебник/У.Уэллс, С.Мориарти, Дж. Бернет.* – СПб: Питер, 2008. – 733с. \*\*\*
4. *Журналистика, реклама, связи с общественностью: словари/ Составитель В.В. Тулупов.* – Воронеж: Факультет журналистики ВГУ, 2010, –71стр. \*\*\*
5. *Реклама и связи с общественностью: теория и практика : / [Е.В. Маслова и др.] ; Воронеж. гос. ун-т .— Воронеж : Издательский дом ВГУ, 2015 .— 370 с.*

#### Информационные электронно-образовательные ресурсы:

1. <http://www.dv-reclama.ru/>
2. <http://www.fabricaidey.ru/>
3. <http://www.sostav.ru/>
4. <http://www.topsostav.ru/>
5. [www.adme.ru](http://www.adme.ru)

\*\*\*- литература не переиздавалась

#### 2. Критерии оценивания

Отлично	Знание основного материала дисциплины, умение самостоятельно
---------	--

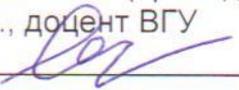
	использовать его для решения прикладных задач, успешное выполнение всех заданий
Хорошо	Знание большей части материала дисциплины и методов его использования, умение решать типовые прикладные задачи, успешное выполнение всех заданий
Удовлетворительно	Наличие представления об основных положениях материала дисциплины, умение использовать его для решения простейших прикладных задач, неполное выполнение заданий
Неудовлетворительно	Отсутствие практических навыков при слабом представлении о содержании дисциплины, невыполнение практических заданий

**6. Сводная таблица-ведомость по  
ПМ 05. Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих,  
должностям служащих (Агент рекламный)**

Результаты обучения по ПМ	Текущий и рубежный контроль			Промежуточная Аттестация по ПМ		Экзамен квалификационный		
	Тестирование	Творческие задания	Контрольные работы	Экзамены по МДК	Дифференцированные зачеты	Ход выполнения задания	Подготовленный продукт / осуществленный процесс	Устное обоснование результатов работы
Основные								
ПК 5.1	-	+	+	+	+	+	+	+
ПК 5.2	-	+	+	+	+	+	+	+
ПК 5.3	-	+	+	+	+	+	+	+
ПК 5.4	-	+	+	+	+	+	+	+
ПК 5.5	-	+	+	+	+	+	+	+
ОК 1	-	+	+	+	+	+	+	+
ОК 2	-	+	+	+	+	+	+	+
ОК 3	-	+	+	+	+	+	+	+
ОК 4	-	+	+	+	+	+	+	+
ОК 5	-	+	+	+	+	+	+	+
ОК 6	-	+	+	+	+	+	+	+
ОК 7	-	+	+	+	+	+	+	+
ОК 8	-	+	+	+	+	+	+	+
ОК 9	-	+	+	+	+	+	+	+
ОК 10	-	+	+	+	+	+	+	+
ОК 11	-	+	+	+	+	+	+	+
Иметь практический опыт	заключения договоров на оказание рекламных услуг, работы с основными программами формирования клиентской базы (CRM).							
Уметь	ориентироваться в рекламном рынке, составлять эффективные продающие письма и коммерческие предложения, успешно применять схему методов работы с клиентами.							
Знать	основные понятия и методы рекламного анализа, концепцию стандартной рекламной кампании, скрипты продаж, основное программное обеспечение рекламной продажи.							

Составители (преподаватели):

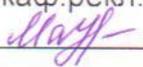
к.ф.н., доцент ВГУ

 Маслова Е.В.

к.ф.н., доцент ВГУ

 Окс С.И.

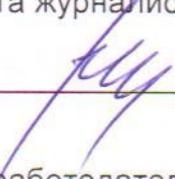
преп. каф. рекл. и диз.

 Махмудова А.С.

Согласовано:

Декан факультета журналистики ВГУ

проф., д.ф.н.  
М.П.(факультета)

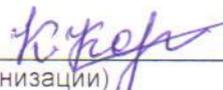
 В.В.Тулупов

Представитель работодателя

Президент АРАВ

К.э.н.

М.П.(организации)

 К.В.Корнев